

APRENDER A EMPRENDER



EXPERIENCIA

Proyecto apoyado por





100 emprendedores comparten su experiencia para prepararte a enfrentar tus desafíos

DE LA IDEA AL NEGOCIO

ANDRÉS ORELLANA



"ATREVERSE Y SACRIFICARSE"

Publicista, fundador de Boardinglife, tienda online de deportes extremos, camping y Outdoor. Creador de una marca propia, Pro Outdoor, con un amplio mix de productos para camping y deportes al aire libre basados en la energía solar. Publicista Mención en Marketing y Negocios de la Universidad del Desarrollo con experiencia en marketing, publicidad, retail, comercio exterior e Importaciones. Constantemente emprendiendo y buscando oportunidades de nuevos negocios.

Nuestro emprendimiento comenzó el año 2011, cuando teníamos la idea de hacer una tienda de deportes donde se reuniera a todas las especialidades y los artículos relacionados a ellas para entregar un servicio integral.

Llegamos a la idea inicial analizando la situación de los consumidores, quienes cada vez tienen menos tiempo y la idea fue satisfacer su necesidad con un solo click, poder comprar productos y que lleguen domicilio. La idea fue realizar un servicio cómodo, rápido y de excelencia, todo esto atendido por el mismo dueño, ya que practico todos los deportes y por ende tengo un alto conocimiento de los productos.

Al principio realizamos un plan de negocios porque es fundamental saber cómo y dónde comenzar, por lo que recomendamos siempre realizarlo como una carta de navegación, así como hacer todos los estudios previos para no fracasar, entre más investigaciones se realicen mejor es el resultado.

La idea inicial comenzó sólo como tienda y con el tiempo fuimos creciendo y ampliando el mix de productos, marcas y proveedores. Luego nació nuestra propia marca de productos Pro Outdoor la cual se comercializa en el Retail.

Lo más difícil, en un principio, fue que hubo poco interés de las marcas, no creían en esta apuesta, pero con el tiempo logré demostrar que boardinglife es la mejor tienda online de deportes extremos y cada año son más los proveedores, marcas y los clientes que son parte de nuestra empresa, por lo que hoy contamos con más de 20 marcas y proveedores que se van incorporando a nuestra empresa, así mismo las visitas han aumentado y actualmente alcanzan los 20.000 clientes mensuales.

Para quienes recién comienzan, o tienen la idea de crear su propia empresa o negocio, ser independientes, les aconsejo atreverse y sacrificarse por lograr el objetivo. No cabe duda que al principio es difícil, pero si se tiene perseverancia se logra.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

DANIEL SFEIR



"HOY DARÍA MÁS PREFERENCIA A LA VELOCIDAD POR SOBRE PRETENDER DEMASIADO"

Ingeniero Comercial egresado de la Universidad Diego Portales, becado por la OEA en el Master en Sport Management del Instituto de Empresa de Madrid. Cuenta con experiencia internacional en diversas industrias donde algunos de los proyectos más relevantes en los que ha participado se encuentran la expansión Latinoamericana de los cines IMAX y del juego de azar Kino. Actualmente es el responsable de la expansión en Chile y gran parte de Latinoamérica de la Franquicia número 1 del mundo, la cadena de gimnasios Anytime Fitness.

La búsqueda de mi emprendimiento comenzó el año 2010, estaba buscando algo que fuera una buena mezcla entre mi profesión, habilidades y preferencias. Quería un negocio con buen retorno de la inversión, pero también con buen retorno emocional de la misma, por lo que el fit del negocio conmigo era fundamental.

La idea original del negocio no es la misma de hoy, inicialmente busqué realizar un gimnasio solo, Joe's Gym, pero descubrí que el reconocimiento de marca, la rápida implementación, la velocidad en maduración del negocio y ahorrarme tiempo y dinero era fundamental por lo que inmediatamente migre a la franquicia Anytime Fitness.

La necesidad está a la vista, Chile es el 5 país con más obesidad del mundo. Lo difícil no fue encontrar la necesidad sino que tener claridad con qué propuesta de valor satisfacerla. Tenía que ser diferenciada y con alta percepción de valor.

El primer gran pivote fue pasar de un negocio ideado 100% en casa, a formar parte de la franquicia mundial, Anytime Fitness. Luego, el segundo cambio más relevante fue la localización para Chile de una franquicia americana, lo que también implica una serie de adaptaciones a nuestra cultura. El tercer gran pivote fue comenzar a escuchar a nuestros miembros de Anytime Fitness Chile para adaptarnos rápidamente y no quedarnos en una propuesta que solo nace del oferente al consumidor sino que muy por el contrario, que cada club sea y tenga la identidad de los miembros que lo utilizan y conviven en él.

En un comienzo, realicé un plan de negocios muy exhaustivo, creo que a mi gusto más de la cuenta. Hoy mirando hacia atrás daría preferencia a un plan de negocios simplificado donde se encuentren los elementos más relevantes. Hoy daría más preferencia a la velocidad por sobre un plan que pretenda demasiado y, la prueba esta en que se ha dado lo planeado en dirección y resultados, pero hemos cambiado la forma ya en múltiples oportunidades.

En ese sentido, emprender es un tremendo desafío que requiere gran coraje y mucha fuerza interior, uno mismo es su propio motivador día a día y muchas veces uno asume el rol de público que te aplaude. Es emocionante y adrenalínico ya que constantemente estas trabajando al borde de los límites de lo conocido para uno mismo, al mismo tiempo que pavimentas la calle y la conduces.

Emprender requiere una gran cuota de irresponsabilidad e irreverencia ya que se reciben más "NO" que "SI" en el camino y, esencialmente perderle el miedo a sentir miedo porque se levanta contigo todas las mañanas como parte de lo inesperado. Se lo recomiendo a todo quienes sientan el deseo genuino, de lo contrario no les va a gustar y, por supuesto, mejor antes que después ya que no existe experiencia laboral como empleado que te prepare para ser un emprendedor o empresario, lo recomiendo 100%.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

DAVID ALVO



"LO IMPORTANTE ES EJECUTAR"

David es el fundador de LookUp.cl. Ingeniero Civil Industrial de la Universidad Adolfo Ibáñez, vio la oportunidad de entrar en el mercado de la telefonía móvil junto a su socio Germán, logrando un ascenso sostenido del negocio a través de premios, reconocimientos y galardones que los llevaron a ser nominados por TheNextWeb.com, blog de tecnología de Estados Unidos, como "Mejor Aplicación Web del 2012" en los Chile Startup Awards.

En diciembre de 2010 conocí a quien sería mi socio, en ese entonces, estaba buscando un plan de telefonía móvil que fuera bueno para mí y, luego de más de dos semanas cotizando en varias compañías, no podía decidirme por alguno. Mi socio, a quien recién había conocido, me contó que tenía un proyecto en la Universidad, que trataba de un sitio web que publicaba todos los planes de telefonía móvil que habían en Chile para ayudar a las personas en el proceso de cotización, ese fue el primer encuentro con la idea. Desde un principio me gustó el concepto, lo que coincidió con mi tesis de grado de Ingeniería Civil Industrial, donde tenía la opción de crear una empresa.

En marzo de 2011 ofrecí a Germán hacernos socios 50% y 50%. Él tenía que desarrollar el sitio web y yo me preocuparía de hacer el plan de negocios, buscar inversión y generar los acuerdos comerciales. En ese sentido, el plan es un muy buen ejercicio para entender los desafíos que se tendrán adelante y enfocar los esfuerzos en los puntos claves para el éxito del emprendimiento. No obstante, una vez que ya estás en la marcha, me di cuenta que no hay que dedicar más del 20% del tiempo en planificar ya que lo importante es EJECUTAR.

En Septiembre de 2011 se empezó a poner seria la cosa, por un lado mis profesores de la tesis me decían que la idea era muy buena y que debía aprovechar mi espíritu emprendedor para sacar el proyecto adelante y, por otro lado, fuimos seleccionados por The Founder Institute para ser uno de los 35 proyectos (entre más de 150 postulantes) chilenos a incubarse en esta reconocida Incubadora de Negocios de nivel mundial.

Durante el proceso de incubación tuvimos que constituir nuestra empresa, armar un equipo y lanzar un prototipo. En enero de 2012 lanzamos nuestro sitio web, que coincidió con la implementación de la portabilidad numérica y, el camino desde ahí en adelante ha tenido altos y bajos.

La idea inicial era hacer un sitio web para ayudar a las personas a tomar mejores decisiones a la hora de contratar servicios, mientras que, hoy, seguimos con la idea, pero tuvimos que pivotear para ofrecer nuestro servicio a empresas donde se generan mayores ingresos. Además, nuestro Lookeador o Recomendador Inteligente de Planes de Celular, lo estamos vendiendo a empresas que ofrecen una gran gama de productos y quieren guiar a sus usuarios a elegir el producto más adecuado. Como dato, el Lookeador tiene un 56% más de conversión que un catálogo online tradicional, lo que nos llevó a venderlo como producto en sí para ayudar a las empresas a generar más ventas a través de su canal online. Hoy nos dedicamos exclusivamente a eso, a aumentar el porcentaje de conversión de sitios web de ecommerce con excelentes resultados.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

JUAN FRANCISCO SALAS



"SALIR AL MERCADO CUANTO ANTES CON UN PRODUCTO MÍNIMO Y LOS MENORES GASTOS POSIBLES"

Abogado de la Universidad de Los Andes. Ha participado en diversas iniciativas de corte social, actualmente Co-Founder & CEO de Belanit, tienda online con lo mejor del diseño independiente.

Belanit comenzó en Agosto del 2013 y el lanzamiento fue en diciembre del mismo año, hemos cambiado en algunos matices nuestra idea original gracias a la experiencia en la práctica que hemos adquirido posterior a nuestro lanzamiento.

Al inicio detectamos esta necesidad oculta en las mismas redes sociales donde las mujeres tienen la tendencia en visitar sitios de moda emergente y constantemente buscan nuevas tiendas para diferenciarse unas de otras. Nos dimos cuenta por un lado que había una gran necesidad por conocer diseñadoras y por otro, sabíamos que los artículos de moda actualmente son la categoría que está aumentando más las ventas en el comercio electrónico a nivel mundial. Ante ello, vimos una necesidad oculta que hacía match con una tendencia mundial, por lo que vimos una excelente oportunidad de negocio.

Por el momento hemos realizado el primer pivote, donde nos percatamos de las necesidades de nuestros clientes para tener una compra segura y una buena atención en el momento de la compra, además de advertir cuáles son los productos más demandados y por ende los que tenemos que dar mayor énfasis.

Uno de los puntos más importantes ha sido darnos cuenta que lo mejor es vender directamente desde las mismas tiendas y no gastar recursos en bodegaje, asimismo, comenzamos a incorporar un software de inventario en las tiendas que forman parte de Belanit para que ellas puedan vender directamente.

Comenzamos un plan de negocios desde el comienzo y si bien mantendríamos las bases, cambiamos ciertos matices. Ha sido muy gratificante poder liderar el equipo humano que compone Belanit, me he dado cuenta a lo largo de los diversos emprendimientos que he tenido que comenzar que el equipo es por lejos lo más importante y en Belanit el equipo es extraordinario.

En cuanto al proyecto en sí, aprendimos que lo mejor es salir al mercado cuanto antes con un producto mínimo y los menores gastos posibles, así tener un margen de prueba y pivotear lo antes posible. En Belanit lo realizamos de dicha forma y, aunque cometimos algunos pequeños errores también aprendimos a estar muy atentos a lo que el cliente quiere y espera de nosotros, no cerrarnos tanto en lo que nosotros queremos de nuestro servicio. Hay que empatizar continuamente con los usuarios.

DE LA IDEA AL NEGOCIO

VIVIANNE SAID



"LA PASIÓN POR LOS ANIMALES COMO MOTOR"

Vivienne Said es socio directora de Pethause, su amor por las mascotas fue el puntapié inicial para la búsqueda de los mejores accesorios para ellas, luego una estadía en Alemania la marcó y, es en ese lugar, donde conoce un mercado más desarrollado, con otras formas de cuidado y la profesionalización de objetos y servicios para ellos. Así, a su regreso, la empresa nace con la idea de traer a Chile una de las marcas líderes en el mercado europeo donde hoy cuentan con una oferta de más de 6mil artículos.

Este emprendimiento une nuestra pasión y el ánimo de ofrecer realmente productos diseñados para el bienestar de nuestra mejor compañía: nuestra mascota. Nos encontramos con la marca alemana Trixie, que tiene más de 35 años de experiencia, importando productos en los que nos hemos especializado: deporte junto a tu mascota, viajar en forma segura, entre otros.

El emprendimiento comenzó en el 2012, al regresar a Chile luego de vivir 5 años en Alemania y conocer de cerca como allá existe una preocupación por las mascotas que los ha llevado al desarrollo de una gran gama de accesorios para ellas. Incluso, el mercado es tan desarrollado, que es obligación contar con un seguro en caso que tu mascota cause daños a otras personas u cosas, pero para eso nos falta bastante.

Al comienzo me guie más por la intuición ya que profesionalmente no tengo formación como médico veterinario, ni menos experiencia comercial en el rubro de venta de accesorios para mascotas. La única experiencia que pudo ayudarme con este emprendimiento fue en el área retail, el resto fue ir pidiendo ayuda a otros empresarios respecto de su experiencia, en términos de formar una empresa, también el BCI me ayudó con su programa de conexión con empresas que me prestaron ayuda y asesoría, etc.

Presentamos nuestro producto a los clientes y me ha sorprendido la respuesta, creo que como sociedad hemos avanzado hacia una mayor conciencia, más preocupación, por ende también busca más opciones y mejor calidad. En general hemos tenido una excelente recepción, y la misma retroalimentación de las clínicas veterinarias nos ha permitido ir adaptando la oferta acorde a lo que se necesita.

Creo que en nuestro caso no hubo nunca la opción de no escuchar al cliente para llegar al producto final, ya que participamos en diversas actividades como ferias, eventos y otros, donde siempre estuvimos atentos a los comentarios de nuestros clientes. Ellos mismos han ido guiando la oferta que actualmente tenemos. Además, hay mucha información que los clientes nos dan por su propia búsqueda en internet, y eso es una exigencia diaria para nuestra actividad

Por el lado de la tecnología nos tomó bastante tiempo, más del que hubiésemos querido, lanzar nuestro sitio de internet con carro de compras, tal vez fue falta de experiencia, pero sentimos que este paso fue lento y con mucha incertidumbre respecto del resultado.

No obstante las dificultades y el proceso de aprendizaje, la experiencia ha sido fantástica, absolutamente te da una energía distinta el trabajar en tu propio negocio. Siempre había tenido experiencia trabajando para otras empresas y éste emprendimiento te obliga a explorar y desarrollar otras habilidades que probablemente no se desarrollan como “empleado”.

Es fascinante la conexión con otros emprendedores, es otro mundo, lleno de creatividad, buenas ideas y ganas de triunfo, completamente recomendable.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

CLARA MUNITA



"NO ANSIAR LA PLATA, AL MENOS NO DURANTE LOS PRIMEROS 3 AÑOS"

Arquitecta de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Directora Ejecutiva en Muva, oficina de Arquitectura, paisaje e intervenciones urbanas que como objetivo pretende ser un aporte social y ambiental en todos sus proyectos, encontrando los recursos necesarios que permitan optimizar las inversiones.

Empezamos Muva, junto a mi Socia Josefina Valdés Cobo, el año 2011, mientras trabajábamos en un estudio de Arquitectura y paisaje. Ahí nos tocó ver un montón de proyectos, un cementerio, hospitales, un club minero, plantas de tratamientos de agua, un hotel, dos estadios; un sinfín de trabajos que llegaban tarde a nuestras manos y en los que si hubiésemos participado desde su concepción podríamos haber hecho aún mejores intervenciones. Queríamos darle una segunda vuelta a ítems que para un Ingeniero deben ser parte de una receta sabida o de un proceso mecánico o de una incómoda piedra en el zapato que tienes que sacarla luego.

Estábamos pensando en conceptos comunes como instalaciones de faenas, movimientos de tierra, reforestaciones de compensación, en fin, recursos invisibles que tiene el proyecto en cuestión y que pueden ser estratégicamente parte del proyecto visible.

Partimos asesorándonos, hablando de estas ideas por todas partes, en la mesa de la casa, en la calle, en una fiesta, en la playa. Persona que veíamos le comentábamos lo que estábamos por comenzar y escuchábamos que pensaba, qué ideas nos daba. Luego, nos independizamos y armamos algo así como un directorio honorífico de varias amigas con distintas profesiones, motivadas con nuestro proyecto de oficina. Pilar Socióloga, Camila y Pancha abogadas, Paula Diseñadora, Fran Ingeniera y nosotras dos, Arquitectas. Nos juntábamos a veces en las noches y las consultábamos para lo que necesitáramos.

El paso siguiente fue dar credibilidad a nuestro cliente objetivo con lo que tocamos todas las puertas que pudimos, gerentes a cargo de proyectos hidroeléctricos, mineros, aguas, residuos, etc. Íbamos con un anteproyecto en mano, hecho a la medida de lo que ellos necesitaban y le decíamos "tú quieres invertir tanto en este proyecto, nosotros te proponemos invertir lo mismo pero que tu proyecto tenga un toque educativo, turístico, experimental o verde. Tus recursos invisibles son tales y tales, si los ocupamos de tal o tal forma, obtenemos esto".

La respuesta de esos gerentes era muy positiva, optimista, alentadora. Preguntaban ¿cómo se les ocurrió eso? ¡Las felicitamos! Sin embargo, a los 3 meses de independientes, todavía las contrataciones no llegaban.

Nuestro gran amigo Alejandro, ingeniero, nos dijo que teníamos que ser hincha pelotas y no llamar una ni dos, sino 20 veces y creernos el cuento. Fue así como una Hidroeléctrica se transformó en nuestra primera víctima, no paramos de llamar y de visitarlos, hasta que por fin nos contrataron. Aprendimos que lo más importante es la perseverancia y para ser perseverante te tiene que gustar demasiado lo que haces, sino, te desinflas.

Respecto a la parte económica para no afectar el negocio ni la vida, desde el principio con la Pepa, estábamos dispuestas a no ganar mucho durante un buen tiempo, el no ansiar la plata te hace libre de orientar todo hacia la dirección que creemos más correcta. Aunque en meses muy malos no han faltado las tentaciones en las que tomamos pegas cacho, que después decimos ¿por qué dijimos que si a esto? ¿Por qué no nos aguantamos? Por lo general, esas pegas te desequilibran un poco.

Nuestra familia no se ve muy afectada por el tema horas de trabajo, tratamos de no estar frente al computador más de 8 horas diarias, quedarse más, casi nunca pasa. Creo que el tiempo de oficina no es tema, lo que si podría ser tema, son los proyectos, como algunos los siento parte de nuestras vidas, a veces no paro de hablar de ellos y de tratar de juntar adeptos. Hace poco hicimos una intervención en el Mapocho para promoverlo como espacio público. Teníamos a todas nuestras familias trabajando por la causa.

Si me preguntas como ha cambiado nuestra vida desde que partimos, no ha cambiado drásticamente, más bien ha seguido su curso natural. Puedo decir que de alguna forma siento mi vida en paz con mi trabajo, o sea, es una sola cosa y a la vez dos. Para mí, Muva es casi una forma de ser.

Si tuviese que dar un consejo es que tu emprendimiento te guste mucho y ser sobre todo perseverante. Además, no ansiar la plata, al menos no durante los primeros 3 años.

Partimos el 2011 y desde entonces hemos desarrollado anteproyectos de mitigación para hidroeléctricas, mineras, planta de tratamiento de residuos, espacios residuales viales, centro de eventos-vivero, casa-parque, playa efímera en el Mapocho, instalaciones artísticas gigantes de ropa reciclada, parque eficiente y más. Creemos que recién en 7 años más veremos construidos algunos de nuestros proyectos más importantes.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

MARCELO CÁRDENAS



"EMPRENDEDOR DE ALTO RENDIMIENTO"

Marcelo es Co-Fundador de la compañía Mobile Solutions. Emprendedor tecnológico desde el año 2004, ha liderado el desarrollo de importantes productos y servicios de valor agregado para telefonía móvil, logrando casos de éxito en distintos Operadores. En su carrera, destaca la creación de la primera red de internet móvil de la región y el desarrollo del primer servicio de mensajería en Chile asociado a Facebook.

El emprendimiento es parte de la vida, si uno no lo considera como un trabajo la cosa va terminar mal. Uno tiene que poner su mejor esfuerzo, sólo así el emprendiendo resulta. Ser emprendedor me dio la posibilidad de desarrollarme profesionalmente en algo que había estudiado, ya que intenté buscar trabajo, pero al parecer nadie quería emplear a un marino en tierra saliente de un MBA. Además me dio oportunidades de hacer cosas que nunca hubiera realizado siendo empleado.

Comencé los primeros intentos en el 2004 para concretar el 2005. Los comienzos fueron difíciles, yo tenía la idea de hacer un negocio y las ganas. Como venía saliendo de un MBA fulltime, no disponía de ningún recurso y menos redes de contacto que me facilitaran la formación de mi idea en una empresa, más aun siendo oriundo de Osorno y sin conocer muchas personas en la capital.

Gracias a lograr llegar a la final del concurso chile-empresario 2004, tuvimos acceso a 3 inversionistas ángeles, quienes realmente fueron ángeles, porque pusieron dinero sin que nosotros tuviéramos nada concreto más que la idea y un futuro posible contrato con una empresa foránea.

Se concretó la inversión y partió la empresa. Teníamos la visión clara de lo que íbamos a vender, y resultó, pero como es tecnología, hay que irse reinventado en el camino, y en eso hemos estado los últimos años.

Hoy en día acabamos de abrir filiales en Colombia y Perú, además de un Joint Venture en Brasil. Esperamos convertirnos en una empresa regional prontamente.

En mi caso soy soltero, pero hago bastante deporte, entreno aproximadamente 15hrs a la semana como promedio, por lo que es importante tener un equilibro entre el trabajo y la vida. Comparto ambas pasiones, pero la escuela naval y la vida a bordo me dejaron como principal valor, la perseverancia. Si uno se fija una meta o tiene que cumplir una misión, hay que lograrlo como sea, querer es poder y saber rebuscárselas para administrar el tiempo que uno tiene sin que ninguna pata quede coja.

El emprendimiento y el deporte son muy parecidos, ya que si entrenas, entrenas y eres perseverante, tarde o temprano serás bueno, quizás no el mejor, pero bueno y destacado, en el emprendimiento es lo mismo, todo cuesta, pero si uno es persistente y no se deja rendir al primer obstáculo, seguro el emprendimiento llegará a buen puerto.

El emprendedor debe estar los 7 días de la semana y las 24 horas pensando en salir adelante, al igual que en el deporte, muy importante es que el entorno sepa y comprenda esto.

No me considero exitoso, sólo un emprendedor que pudo hacer de una idea un negocio, cuando una empresa que haya formado cotice en el Nasdaq consideraré que me considerare triunfante.

BALANCE VIDA Y TRABAJO

MARIO FERNANDINO



"BUSQUEN LA FELICIDAD EN SU PROPIO EQUILIBRIO"

Oficial de Marina, Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral y MBA en negocios internacionales de la misma casa de estudios. Su vida como emprendedor ha estado ligada al mundo de la Pesca y a la internacionalización de sus negocios. Propietario y CEO de Proyecta Corp. S.A. empresa exportadora de productos del mar.
Mario también es inversionista y fundador de la Red Proyecta Chile, red de inversionistas ángel co-financiada por Innova Corfo

En los años 80 decidí que mi vocación era ser oficial de marina porque me sentía orgulloso de representar los valores de la Patria. Entré a esa institución y a poco andar, mis preocupaciones no sólo se centraron en sacar adelante mi carrera. El instinto comercial inherente florecía y luego de algunos negocios sin resultados, me retiré y estudié Ingeniería Comercial. En esta carrera aprendí a estructurar y moldear mi cabeza para saber en que tenía que fijarme para hacer las cosas bien.

En 1991 trabajaba como encargado de ventas de una empresa productora de salmón ligada a mi familia y recibí una llamada de un cliente que gatilló mi primera oportunidad de negocio. Esta persona necesitaba menos cantidad de producto que podíamos ofrecer como empresa, incluso aunque estuviera interesado en pagar un mayor porcentaje para obtener su producto.

Colgué el teléfono y pensé, tengo decenas de estos clientes que no puedo atender y que están dispuestos a pagar un mayor margen a quien satisfaga su necesidad. Así comenzó la aventura de emprender. Con un socio de lujo, José Antonio Garcés Silva, comenzamos a navegar, definimos el producto, único, todavía vigente y salimos al mercado.

Chile comenzaba recién a explorar su faceta de país exportador y era visionario quien se embarcaba en la búsqueda de nuevos mercados y culturas diferentes. Ahí estábamos nosotros, nuestro objetivo era conquistar mercados no tradicionales para Chile como México, Colombia Venezuela y Costa Rica, entre otros, ofreciéndoles de manera integral todos productos del mar de Chile. Este era un producto único para nuestro mercado.

Ese año me casé, la vida era diferente y era habitual trabajar 12 horas diarias, postergando a la familia y otros intereses. Nadie lo cuestionaba, ni siquiera tu mujer porque la culturalmente el rol de proveedor recaía en el marido. Si bien las mujeres eran profesionales prevalecía su rol de madre , si había que elegir, los hijos siempre estaban en el primer lugar.

Hoy, después de más de 22 años, me doy cuenta que estaba equivocado. El equilibrio es lo que te hace feliz en la vida. Ser exitoso en lo que haces y generar riqueza nunca es suficiente.

La familia y cada uno de los elementos que hacen tu vida completa y te llevan a la felicidad son igualmente importantes. Dedicarles tiempo y amor siempre , no solo cuando logras tus objetivos profesionales, es primordial. Pero la vida es así, uno debe aprender de los errores y transmitir la experiencia para que otros no los cometan. Precisamente por esto escribo esta historia, para que alguno de los actuales o futuros emprendedores busquen la felicidad en su propio equilibrio.

El en camino del emprendimiento siempre hay lecciones y en nuestro inicios la más importante fue la que se deriva del famoso dicho "más vale ponerse colorado una vez que 100 veces rosado". Cuando enfrentamos problemas de flujo, hablamos con honestidad con proveedores, bancos y quienes nos habían ayudado. Con franqueza logramos "tiempo" que era lo único que necesitábamos.

La vida como empresario es diferente, te sientes y piensas en forma distinta. Creo que la base de esa sensación es asumes un rol mucho más amplio y tu espectro de preocupaciones se agiganta.

Es crucial tener la disposición a escuchar porque siempre hay alguien más inteligente que puede descubrir algo que no estás viendo. El peor error que podemos desarrollar es no tener la capacidad de aprender de los demás. Apoyar a otros forma parte de esa felicidad y del equilibrio que uno siempre debe buscar.

BALANCE VIDA TRABAJO

PABLO AMBRAM



"EMPREDEDOR 24/7"

Economista de la Universidad de San Andrés, Argentina, con estudios en International Business e Industrial Organizational Psychology, en la Universidad de Las Américas, Ecuador. Actualmente CEO de AgentPiggy.com, plataforma web para niños, que les enseña a manejar dinero y, representante en Chile de The Founders Institute, programa de formación de emprendedores.

Estudié economía y puedo programar en varios lenguajes, me aburro fácil y mi primera empresa fallida la hice en el 2007. Fallé un par de veces más y ahora estoy aplicando todo lo aprendido en mi actual empresa Agentpiggy, donde desde hace 3 años venimos educando a miles de niños en Chile en el tema de finanzas personales.

Durante el 2010 se gestó esta idea de intentar educar a niños y, durante el 2011 comenzamos con los primeros pasitos gracias a Startup Chile. Recién a principios del 2012 oficialmente abrimos la empresa y comenzamos ya a trabajar con clientes.

Al principio es muy duro, porque estás solo. Armar el equipo requiere un gran

esfuerzo por encontrar no solo la gente correcta, sino que compartan tu visión de mejorar el mundo y más difícil aún convencerlos de trabajar sin sueldo por muchos meses o años. En mi caso, esa persona clave inicial fue mi esposa.

Esa etapa es la más divertida y la más aburrida al mismo tiempo. Divertido porque hay que articular tantos aspectos en paralelo, el producto, sin plata, el marketing, sin producto, las ventas, sin equipo, las finanzas, ni hablar. Es todo un arte y es adictivo. Es también aburrido, porque a veces el producto se demora mucho más de lo esperado y, hay meses en los que literalmente no se hace nada más que sentarse a esperar.

En nuestro caso, tuvimos suerte de haber sido apoyados por un subsidio del gobierno lo suficientemente grande como para encontrar un excelente equipo de programadores, pero lo suficientemente chico como para imponer un sentido de urgencia.

Nuestro primer cliente corporativo lo cerramos en 2012, algunos meses después de lanzar al mercado nuestro primer producto, una plataforma para familias que permite manejar el presupuesto de los niños y proponer tareas del hogar que pagan dinero. Ese primer hito de firmar un contrato real fue definitorio y nos dio una pista de que íbamos por el camino correcto.

Mi vida siempre fue ecléctica, definida por vaivenes geográficos que me daban la oportunidad de hacer borrón y cuenta nueva y redefinirme, muchas veces. Tratar de llevar adelante una empresa propia, contra viento y marea, lo veo como parte integrante y definitoria de ese estilo de vida, no como algo que cambió necesariamente.

Creo que no es posible separar la vida del negocio, este es parte de la vida y ella es parte del negocio. Es como creer que uno puede ser padre en las mañanas y en las tardes no, o ser deportista en las noches solamente. Es imposible, cuando uno es padre, es padre todo el tiempo. Si uno es deportista, lo es aunque no esté practicando un deporte en este instante en el tiempo. Lo mismo, uno es emprendedor todo el tiempo, sin importar si en este instante en particular estás emprendiendo. En ese aspecto emprender es muy distinto a ser empleado, donde uno sí es empleado sólo de 9 a 18.

El mejor consejo que puedo dar y es el mismo que me dieron a mi es no escuchar consejos y ahora, para tener una buena calidad de vida, sugiero buscar rutinas des-estresantes. En mi caso, salir a correr, o leer un libro por ejemplo, me proporciona un buen balance para descansar el cerebro por un rato. Mi familia, en este caso mi esposa, es mi socia por lo que no tengo este problema en la casa.

BALANCE VIDA TRABAJO

PEDRO PINEDA



"CHILE ESTÁ LLENO DE OPORTUNIDADES Y PLATA, LO QUE FALTA SON VALIENTES Y UN POCO LOCOS"

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile, Licenciado en Astronomía y Geofísica de la misma Universidad. Actualmente Profesor del ramo electivo Emprendimiento en Negocios Digitales, en la Facultad de Economía y en la Facultad de Cs Físicas y Matemáticas. Gerente General de Pez Urbano, cuponera que funciona como una ciudad de descuentos, con ofertas, 2x1 asistencia en viajes, alternativas de pago y venta de servicios varios.

En agosto de 2010, al volver del mundial de Sudáfrica, me di cuenta que tenía que enfocarme sólo en lo que me gustara. Mi socio Jean Droguett, que es un genio, hizo todo el desarrollo web de Pez Urbano, mientras yo me encargaba de la parte comercial. Así estuvimos los primeros 5 meses hasta que contratamos a nuestras dos primeras vendedoras. Una de ellas sigue hasta el día de hoy.

Tras un año, nos compró una empresa brasilera, para la que tuvimos que quedarnos 1 año trabajando y en la que la empresa llegó a tener casi 50 personas. Cumplido ese año y a punto de renunciar para volver a emprender, la empresa brasilera decidió dejar el país y nos regaló la empresa de vuelta, 20 veces más grande y con un equipo de 40 personas.

En ese aspecto cambió mi vida, me despierto todos los días a la hora que quiero, en promedio a las 10 am e intento trabajar todo el tiempo que sienta que soy productivo. Luego de eso paro y me dedico a otras cosas que me gusten, por ejemplo leer, estoy leyendo un libro a la semana. Eso mismo le pido a la gente con la que trabajo, aunque a ellos les pido que trabajen desde las 9 am, desde su cama dos o tres veces a la semana si así quieren.

Nunca más sufrí un domingo en la noche porque al otro día era lunes. De hecho, en febrero dimos los lunes libres a todos en la empresa. Sí. Nadie trabajó los lunes. Si todo va bien, la idea es ampliar eso a más meses, idealmente seis, y así tener un horario de verano. Pero no uno en que sales el viernes a las 4 pm. No. Uno en que los lunes simplemente no trabajes, y todos los fines de semana, sean fines de semana largos. Turno 4x3. Suena como algo imposible? Soñado? Pues eso quiero intentar. Más que ganar más plata, quiero que alcance para sueldos justos y gente que sea realmente feliz. Gente que pueda disfrutar de la vida.

Estamos tratando de establecer un balance para lograr una buena calidad de vida y que eso no interfiera en los resultados del negocio, creo que no tiene sentido trabajar de 8 am a 7 pm todos los días, nadie puede estar concentrado tanto tiempo, entonces quiero que se trabaje menos pero mejor. No hay problemas con que alguien se meta a facebook durante la pega, pero es mejor mostrarle que puede terminar su trabajo rápido e irse para la casa, así ganamos todos.

La gente ha respondido de manera espectacular, el equipo es de confianza y ha sabido aprovechar esta oportunidad. Creo que trabajan mejor a que si estuvieran 45 horas encerrados. Los resultados nos han acompañado. Pero también yo he decidido ganar menos dinero, podría pagar menos y quedármelo yo pero prefiero dormir tranquilo todas las noches y ser un poco más feliz.

Mi familia opina sobre mi trabajo y el tiempo que le dedico visto desde la vereda del virtuosismo, porque soy talentoso, pero también es porque he tenido mucha suerte. Mi mamá en particular se siente orgullosa del trato que se le da a todo el mundo y que a las fiestas de final de año también vayan la Mari y la Oti, que hacen aseo en la oficina.

El mejor consejo que podría dar considerando mi experiencia, para los que están terminando de estudiar, 4to medio, CFT o Universidad, que se olviden de comprar un auto o endeudarse con una hipoteca. Que se esfuercen en tener lo menos posible, es un ejercicio bien entretenido y difícil ése de tener poco y, que compren pasajes de avión a donde siempre quisieron. Es más bacán pagar una deuda de una experiencia que de un auto, que pueden robarte, rayarte o hacerte morir de aburrimiento en el taco. No se compren un iPad, cómprense un viaje al Amazonas con la misma plata. El iPad se deteriora.

Después de ese viaje, si les interesa claro, que intenten hacer un negocio. Que no entren a trabajar al tiro en una empresa, que se olviden de eso de acumular experiencia, es una trampa, e primer sueldo es como una droga, lo pruebas, es rico, pero luego te acostumbras y quieres aumentar la dosis y claro, dejarlo es muy muy difícil. Luego vienen las compras de auto, hipotecas y nunca más eres libre.

Por eso, antes hay que intentarlo. No creo que alguien después de dos años de esfuerzo y trabajo incesante no logre salir adelante, Chile está lleno de oportunidades y plata, lo que falta son valientes y un poco locos. Y a los jefes, que se cuestionen el por qué hacen las cosas y se pregunten, cómo evito ser un jefe malo, porque la gente renuncia a sus trabajos cuando lo que hacen no les permite aprender o cuando sus jefes son malos.

En resumen y como gran conclusión, todos nos vamos a morir. Es algo en lo que pienso casi todos los días, por lo que intento que todo lo que haga tenga un sentido. No hay para qué ser presidente, o pertenecer a la ONU para provocar cambios, puedes tener una empresita de 10, 30 ó 50 personas y hacer que tengan el mejor trabajo de sus vidas, eso cambiará tu vida también.

BALANCE VIDA TRABAJO

RICARDO TAGLE



"VIVIMOS NUESTRO SUEÑO O EL SUEÑO DE OTRO"

Ricardo es Head Coach en CrossFit XF Chile, pionero en el desarrollo y expansión de esta modalidad en Latinoamérica. Dedicado a la actividad por más de 8 años, ha sido entrenador físico militar del grupo de Fuerzas Especiales del Ejército de Chile y autor del manual de Entrenamiento Avanzado para la institución. Preparador físico de la medallista olímpica en Londres, Francisca Mardones desde el año 2012 a la actualidad, entre otras actividades que lo mantienen emprendiendo y viviendo su pasión.

Algo fundamental para el crecimiento armónico de mi emprendimiento ha sido el comprender que ser emprendededor, es distinto a tener un emprendimiento y, radicalmente diferente a hacer un emprendimiento. No tiene nada que ver con ser empresario, aunque la mayor de las veces se potencia, creo profundamente que el ser emprendedor es un estilo de vida, una cualidad del ser más que un tipo de actividad a la que nos dedicamos.

Emprendedor es un estado de ánimo, un estado de energía, una aventura. El emprendedor nace y se hace. Nace porque lo llevamos en nuestros genes, en nuestro ADN, estamos diseñados para la exploración, para la aventura, para permanecer en un estado continuo de emprendimiento. Y se hace, porque hay ciertas conductas o atributos que pueden ser desarrolladas con la guía correcta.

Esta distinción ha sido fundamental para mí, vivo mi emprendimiento y mi vida como una aventura constante, en donde cada variable o problema es parte de este juego y, cuando se vive así no existe el desgaste. Comenzar una empresa es una aventura, así como iniciar una relación, formar una familia, tener hijos, etc. son todos emprendimientos que forman parte de un estilo de vida.

Comencé hace 8 años con mi actual emprendimiento, CrossFit XF y, en estos años me di cuenta que la forma de relacionarse del chileno con la actividad física, o con el movimiento, como me gusta llamarlo, era bastante aburrida. La típica sesión del gimnasio se transformaba en un evento rutinario, como si nos faltase rutina y, poco motivante. Lo mismo de siempre, en definitiva.

En esos años estaba investigando sobre formas de entrenamiento funcional y la palabra Crossfit comenzó a aparecer en todas las indagaciones. Estudié el método, me especialicé en él, estando convencido que se alineaba a lo que pretendía generar en ese instante.

Partí con 12 alumnos y hoy tengo 3 gimnasios, asesoro al Ejército, soy el autor del manual de entrenamiento avanzado de la institución. Doy charlas y seminarios de entrenamiento funcional y estamos continuamente innovando con respecto a nuestros servicios y productos.

Puedo decir, sin temor a equivocarme, que el atreverme a dar el salto de mi Emprendimiento, re-estructuro mi vida de una manera radical, sobre todo en la forma de relacionarme con los demás, hay nuevas y mayores responsabilidades.

Importante en este camino ha sido estar atento a los diferentes roles que comienzan a manifestarse, el de emprendedor solitario, el de socio, el de jefe y, en paralelo aparecieron roles de marido y de padre.

Como mencioné al comienzo, el ser emprendedor es un estilo de vida, lo llevas a todos lados, lo contagias. Hay que recordar que el entusiasmo es contagioso y la falta de entusiasmo también…ojo con eso. Mi emprendimiento está alineado con lo que soy, con mis hábitos, con lo que hago, por ende me ha resultado muy natural incorporarlo en todos los aspectos de mi vida personal. Estoy viviendo de lo que es mi gran pasión, qué mejor que eso. Es un 24/7 de entusiasmo por lo que hago y eso se transmite a tu familia, no te ven desgastado por estar luchando por sacar un proyecto a flote, sino que todo lo contrario, lleno de vida.

El mejor feedback que puede tener un emprendedor es el día lunes en la mañana, ¿cómo te levantas? ¿Con ganas o sintiendo el peso de la semana que comienza? ¿Estás viviendo tu sueño, tu pasión? Recordemos que vivimos nuestro sueño o estamos viviendo el sueño de otro.

Un consejo, no comiences por la pregunta ¿qué es lo que tengo que tener para comenzar un emprendimiento? O ¿qué es lo que tengo que hacer? Comienza por ¿quién quiero ser? ¿quién requiero ser para vivir mi sueño? La respuesta es absolutamente personal.

BÚSQUEDA Y SELECIÓN DE EQUIPO

MARIO FERNANDINO



"LA SOLEDAD NO LE HACE BIEN A LOS NEGOCIOS"

Oficial de Marina, Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral y MBA ennegocios internacionales de la misma casa de estudios. Su vida como emprendedor ha estado ligada al mundo de la pesca y a la internacionalización de sus negocios. Propietario y CEO de Proyecta Corp. S.A. empresa exportadora de productos del mar.
Mario también es inversionista y fundador de la Red Proyecta Chile, red de inversionistas ángel co-financiada por Innova Corfo.

El tiempo avanza y mirar atrás permite ver tu trayectoria con perspectiva. Con orgullo siento que fui capaz de formar un equipo alineado con los objetivos de nuestra empresa. Desarrollamos una cultura propia, una forma de trabajar, de enfrentar las dificultades y buscar oportunidades en los problemas. Tu ecosistema habla por ti y no hay mejor marketing que tu propio equipo, eso se transmite a los clientes y a todos quienes interactúan con nosotros.

Mis características personales jugaron un papel clave a la hora de formar equipo. Tengo muchas ideas preestablecidas y soy bastante porfiado, un aspecto que en algunas oportunidades me ha jugado en contra. Por ello, he buscado personas que me cuestionen, discutan y me hagan pensar para lograr, en conjunto, las mejores soluciones para nuestra empresa.

Mi primer emprendimiento partió con un equipo muy pequeño formado por los dos dueños más apoyo contable y operativo, el resto lo subcontratamos. En un comienzo era una empresa de servicios de comercialización y no de producción. Sin embargo, la pesca se fue complejizando y tuvimos que variar nuestra estrategia de aprovisionamiento, transformándonos en productores de diversos pescados y mariscos.

Productos como la centolla, chilean seabass y locos, entre otros, eran recursos que tenían muy atomizada la compra en los pescadores y debíamos convencernos de que nos abastecieran a nosotros y no a otros operadores de la industria. Esto generó necesidades de una estructura diferente y creamos una nueva unidad de negocios independiente, que actualmente cuenta con su propia planta de elaboración en Puerto Natales. Además, subcontratamos procesos productivos en otras plantas ubicadas en Coronel y Puerto Montt para así garantizar que lo que comprábamos a los pescadores fuera bien procesado.

Por otra parte, debimos crear un departamento de compras y procesos con talentos diferentes que suplieran la lejanía de la Gerencia, ubicada en Santiago. Este proceso de selección y estructuración fue complejo porque transmitir los valores y principios de los fundadores a los nuevos integrantes del equipo ubicados en distintos puntos del país es un desafío no menor. Un elemento que nos ayudó en este desarrollo fue que seguimos siendo una empresa con una estructura pequeña y con poco personal, por lo que la transmisión de los valores y cultura siguió siendo directa.

Para emprender no sólo debes ser persistente y porfiado, es fundamental ser colaborativo, escuchar a las personas que forman parte de tu ecosistema y abrirse a contar para recibir buen feedback. Hoy los negocios son tan complejos que se necesitan conocer demasiadas variables para que te copien tu iniciativa.

Siempre es más rentable contar con muchas opiniones para resolver un problema en el momento adecuado que pretender solucionarlos uno mismo. La soledad no le hace bien a los negocios.

La posibilidad de desarrollo profesional es un activo que siempre ha permanecido como meta dentro de nuestra empresa. Es vital que las personas que se incorporen a nuestro equipo sientan que si el trabajo se hace bien hay proyecciones para él o ella dentro de la estructura organizacional.

Más que un lugar donde ganar dinero, hemos intentado crear un ambiente familiar, donde se conversan los puntos de vista tanto en el ámbito personal como profesional, sin el temor a ser despedido por tener una opinión distinta. Contamos con una estructura plana, con el desafío constante de que todos sientan que son un aporte al desarrollo de la empresa y donde las puertas de la oficina del jefe están abiertas para atender a su gente.

El tema de los incentivos ha sido y será un foco de tensión, siempre es insuficiente aunque inicialmente sea un valor atractivo. Por esto hay otros aspectos relevantes y valorados que no tienen que ver con el dinero como es la flexibilidad en permisos por problemas familiares u de otra índole.

Privilegiar un clima de unidad es fundamental y para ello hay celebraciones en fechas importantes y hay préstamos para acceder a ciertos bienes importantes. Son incentivos que al final del día las personas valoran de la misma forma que los monetarios. Otra forma de motivar al equipo son los premios por logro de metas, no tanto personales, sino que grupales, en áreas como ventas, resultados operacionales y propuestas de mejoramiento de la compañía.

En los procesos de selección uno puede hacer muchos tipos de test, pero además del perfil adecuado y los conocimientos relevantes para el cargo, se debe tener presente la cultura de nuestra organización que determina si la personalidad del postulante podrá incorporarse de buena forma en nuestro sistema de trabajo.

COLABORACIÓN

MARIO FERNANDINO



"ES UN ATRIBUTO FUNDAMENTAL PARA LOGRAR ÉXITO EN LOS NEGOCIOS"

Oficial de Marina, Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral y MBA en negocios internacionales de la misma casa de estudios. Su vida como emprendedor ha estado ligada al mundo de la pesca y a la internacionalización de sus negocios. Propietario y CEO de Proyecta Corp. S.A. empresa exportadora de productos del mar.
Mario también es inversionista y fundador de la Red Proyecta Chile, red de inversionistas ángel co-financiada por Innova Corfo.

En mi primer negocio que inicié en los años noventa, tuve la oportunidad de conocer a un grupo de emprendedores de Puerto Montt que comenzaban un negocio ligado a la producción de salmón ahumado. Nos dimos cuenta que les faltaba mucho en equipamiento y conocimiento y evaluamos que invertir con ellos sería una buena opción para escalar ese negocio. Nos fue mal, no funcionó por la complejidad de ese mercado en particular y por falta de un estudio más profundo de todas las variables que nos hubieran permitido anticiparnos y no fallar.

A pesar de todo, logramos un espíritu de cooperación y colaboración con estos emprendedores. Confiábamos en que juntos podríamos sacar adelante la iniciativa. Sin embargo, no logramos nuestro objetivo y el negocio cayó en el valle de la muerte. Veinte años más tarde tuve la oportunidad de toparme nuevamente con parte de este equipo de personas y me invitaron a participar en un nuevo negocio de tecnología de seguridad. Un mes después éramos socios en una compañía que llamamos Orca, www.orcatecnologia.cl.

Actualmente, este emprendimiento es un éxito y después de cinco años está escalando a niveles insospechados. La estructura de esta empresa también es clave en estos buenos resultados. La oficina de operaciones y ventas se encuentra en Puerto Montt y mis dos socios, Ignacio y José Luis, llevan el negocio diario de una manera muy eficiente. Como gerente general les entrego toda mi experiencia y a dos mil kilómetro de distancia nos complementamos a la perfección.

¿Por qué estos emprendedores pensaron en nosotros como socios? Sencillamente porque las personas valoran la colaboración abierta, dispuesta, íntegra y leal. Hoy en día, la colaboración en los negocios es un atributo fundamental.

Generar un ambiente donde los distintos puntos de vista sean valorados es esencial. Mientras más nueva y pequeña es una empresa, más relevante es la interacción con agentes externos, ya que muchas veces a nivel interno no contamos con todas las habilidades y experiencia necesarias para hacerlo mejor que la competencia.

La colaboración tiene mayor valor que la sorpresa que puede generar una nueva idea sin profundidad. Si el negocio es tan fácil de replicar como para que te lo copien sólo con escuchar un discurso de 15 minutos, quiere decir que tu proyecto es demasiado vulnerable y no has encontrado los drivers generadores de valor. La profundidad es lo que permite que tu iniciativa sea única y perdure en el tiempo. Entonces si te van a copiar ojalá que sea antes de comenzar y no después de haber invertido tiempo, dinero y ganas.

EJECUCIÓN

CHRISTIAN CAFATTI



"ENTENDER BIEN EL ESCENARIO, SABER RECIBIR AYUDA Y VOLVER A CRECER"

Ingeniero Civil Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. En la actualidad es CEO de SkillupChile, empresa de inteligencia de negocio para retail, enfocada en el servicio de FollowUp, tecnología que integra la información de lo que ocurre en los locales comerciales junto con el resultado en ventas.

En agosto 2010 constituimos JACH technology S.A., JA por Japón y CH por Chile, con el nombre de fantasía Skillup Chile. El proyecto partió con tres emprendedores chilenos uno que vivía hace 10 años en Japón y dos en Chile, nos asociamos con SkillupJapan tras haber realizado mi práctica profesional en Tokyo.

En una etapa inicial partimos tomando muchas tecnologías y desarrollos, separamos la empresa en varias áreas, lo que fue muy difícil de manejar, hasta que después de varios meses decidimos enfocarnos en un servicio a la vez. Partimos con FollowUP que se alineaba con el área de desarrollo de procesamiento de video en SkillupJapan y tras un importante esfuerzo logramos alinear a todo el equipo y empezar un crecimiento exponencial. En esa etapa estamos y ahora después de dos años de ese hito estamos recién abriendo una segunda línea de negocio.

En estos años nuestro servicio ha evolucionado de la mano con el cliente. Todo lo que avanzamos y creamos nace por parte ellos o de necesidades claras que identificamos, así logramos mantener una línea de crecimiento exitosa y esta estrategia nos ha permitido probar y equivocarnos rápidamente, sin mucho costo.

Esto nos hace flexibles y desde mi punto de vista es la clave del éxito de cualquier servicio. Está bien amar los proyectos y poner toda la pasión que esto requiere, pero no tiene sentido obsesionarse y perder de vista lo más preciado, el cliente. De cierta forma es igual a una pareja.

Realizamos un prototipo y nos gustó tanto la experiencia que se convirtió en nuestra estrategia comercial, todos nuestros clientes viven la experiencia de cambio de FollowUP con un piloto similar a nuestro primer prototipo, así con cada nuevo cliente revivimos el aprendizaje del primer prototipo, en realidad esto hace que no tengamos que convencerlos, el servicio muestra sus beneficios y la decisión de compra es automática.

Lo más complejo es demostrar a nuestros clientes que cambiar la forma en la normalmente desarrollan su negocio puede traer grandes beneficios, para convencerlos hay que tener una real convicción y estuvimos dispuestos a todo tipo de esfuerzos. En un comienzo falto poco para que nosotros mismos vendiéramos en las tiendas cuando encontrábamos escenarios de colapso y así también tuvimos que enfrentarnos a la vista clásica de marketing y demostrarles que muchas veces las campañas, por bien evaluadas que estén en la mirada comunicacional, no necesariamente logran los resultados comerciales.

Uno de los principales desafíos tuvo relación con el crecimiento y la constante reinversión que esto representa, para resolverlo creamos una lógica de financiamiento apalancada en la relación con los clientes, de esta forma ellos estaban dispuestos a asumir una relación de largo plazo con nosotros a cambio de una menor inversión inicial, con contratos de largo plazo los bancos creyeron en nosotros y el financiamiento se dio de forma natural.

Ahora lo que estamos enfrentando es la posibilidad de crecer de forma explosiva en mercados internacionales, esto tiene muchos nuevos desafíos, entre otros, las redes globales, esto es todo un tema en sí mismo.

En resumen, estoy realmente feliz, ha significado mucho sacrificio, pero no hay nada que haya hecho que no me haya entregado un nuevo conocimiento. Desde armar las primeras mesas de la oficina hasta cerrar negocios internacionales, todo te entrega valor y muchas veces el mayor de ellos esta en los errores y caídas que tenemos día a día. Hay que pararse de nuevo, entender bien el escenario saber recibir ayuda y volver a crecer.

EJECUCIÓN

MARIO FERNANDINO



"CONVERSEN DE LO IMPORTANTE, NO SÓLO DE LO URGENTE"

Oficial de Marina, Ingeniero Comercial de la Universidad Gabriela Mistral y MBA en negocios internacionales de la misma casa de estudios. Su vida como emprendedor ha estado ligada al mundo de la pesca y a la internacionalización de sus negocios. Propietario y CEO de Proyecta Corp. S.A. empresa exportadora de productos del mar.
Mario también es inversionista y fundador de la Red Proyecta Chile, red de inversionistas ángel co-financiada por Innova Corfo.

El plan de negocios es fundamental para definir los elementos que influirán en tu futura compañía. Emprender no es tirarse a la piscina, es un trabajo que requiere método, estudio, olfato para las variables que no están dadas y mucha garra para sortear las miles de dificultades que surgen en el camino.

La elaboración de mi plan de negocios en el proyecto América 2000, enfocado en la venta de productos del mar al mundo ofreciendo el mix de productos de Chile, requirió mucho estudio y evaluación de cada una de las variables. La ejecución del proyecto comenzó entre 1992 y 1995 y el criterio de selección de los clientes fue aquellos que necesitaran una gran variedad de productos de Chile, no sólo salmón.

Con ello se pretendía ofrecer una alternativa distinta, "única" a la oferta de las grandes empresas y obtener con ese valor agregado un margen de ganancia adicional. Estos clientes requerían embarques aéreos con una alta frecuencia. Se generaron ventas de baja cuantía y alto costo operativo que no fueron compensados por el mayor margen propuesto inicialmente. En el camino debimos modificar la estrategia y ampliar la gama de clientes, potenciando ahora principalmente a aquellos de mayor volumen. Este cambio generó un vuelco en los flujos y resultados de la compañía y la hizo escalable. Sin embargo, esta experiencia generó un gran desgaste de recursos al perseverar demasiado tiempo en un producto que no era el correcto.

Llevar un producto de la idea a la acción tiene desafíos importantes que vale la pena analizar. En nuestro caso el tiempo fue el factor crítico que no se evalúo de manera adecuada. Quizás le teníamos demasiada fe al producto y no nos detuvimos a pensar a tiempo. Creo que ese puede haber sido el error, muchas veces el día a día nos consume, uno se dedica más al hacer y no a re pensar constantemente. Es una dificultad común en una etapa temprana del negocio por la poca disponibilidad de recursos humanos.

Afortunadamente, debido a mis negocios he viajado mucho y he aprovechado ese tiempo de soledad para pensar en cómo mejorar y aprovechar las oportunidades que se van presentando. A medida que la empresa crece y evoluciona es crucial desarrollar un buen equipo que cubra las actividades diarias para destinar tiempo a pensar en nuevas soluciones, a innovar sobre lo que se está haciendo para obtener mejores resultados.

Salir de la rutina de funcionamiento del negocio te permite tener una perspectiva más amplia, la experiencia adquirida se transforma en un atributo que para compartir y crear.

En la medida en que uno crece como emprendedor y se va transformando en empresario se da cuenta que las redes colaborativas que ha formado en el tiempo, las experiencia en distintos ámbitos y el crecimiento personal pueden sumarse en un torbellino inmenso de nuevas ideas, nuevas soluciones mucho más complejas, más atinadas y más eficientes.

Mi sueño sigue siendo formar nuevos emprendimientos y transmitir a otros los conocimientos que he adquirido en la búsqueda constante de oportunidades. Sean inquietos, dediquen tiempo a pensar y conversen de lo importante, no sólo de lo urgente. Es un consejo aplicable no sólo en la empresa y tiene aún mayor valor en la vida. Háganlo pronto, porque en general cuando se deja pasar ya es tarde!

EJECUCIÓN

OSCAR HERRERA



"LA INNOVACIÓN LIGADA A LA REINVENCIÓN CONSTANTE"

Ingeniero Comercial y Master of Science de la Universidad Adolfo Ibáñez. Gerente General y fundador de MusucHouse Ltda., casa de diseño que nace con el fin de desarrollar, producir y comercializar objetos de diseño de autor. Actualmente preparan el lanzamiento mundial de SelkBag®, saco de dormir, vestir que cuenta con piernas y brazos.

Mi primer emprendimiento comenzó en 1999 cuando aún estudiaba y, el último, lo inicié el año 2009. Cuando partí trabajaba en un departamento que nos prestaron mientras le buscaban arrendatario, con reuniones en cafés y vendiendo nuestros autos para mantenernos. Luego de seis meses logramos constituir la empresa como tal y estructurar de mejor manera la operación. Desde ahí ha sido un torbellino de decisiones, viajes, apretadas de cinturón y todo lo que conlleva emprender.

Luego de mucho trabajo las ventas no tardaron en llegar, lo que ayudó a poder pagar una oficina, empezar a contratar gente y desarrollar el plan que nos habíamos propuesto. Dado a que estamos muy relacionados con la innovación, dicho plan debió ser ajustado en diferentes ocasiones al ir descubriendo factores importantes en nuestro producto, nuestro consumidor y nuestro modelo de negocios. Hasta el día de hoy esa dinámica de re-invención constante es una parte integral de nuestro ADN.

El concepto de nuestro producto sigue siendo el mismo, pero si comparamos la primera generación con la quinta que estamos por lanzar, realmente sólo queda eso, el concepto. La evolución ha respondido al descubrimiento de nuestro consumidor real, el que cada vez se identifica más con nuestro producto y pide diferencias con el modelo original. Dado que estamos creando una nueva categoría de producto, debemos ser ágiles e ir adaptándonos a las necesidades de este nuevo mercado.

Lo más complicado fue focalizar, creo que el gran desafío que tiene cualquier emprendedor es poder identificar y definir las necesidades de la empresa y así poder poner foco en los esfuerzos para poder satisfacer dichas necesidades. Siempre hay más correos, decisiones y posibilidades que tiempo, hay que ser muy cuidadoso de no perderse por temas que al final no son tan influyentes para el éxito de la empresa.

Creo que sin un sueño no hay nada que hacer o ejecutar, es vital para un emprendedor, no creo que haya emprendimento sin una ilusión detrás, pero al mismo tiempo, creo que lo que define a un emprendedor exitoso es el no dejarse engañar por esa ilusión y ejecutar un trabajo profesional para que se concrete. Es muy fácil alejarse y perderse en lo que se quiere crear en vez de invertir tiempo en ejecutar, pero dicha ejecución está completamente ligada a la existencia del mencionado sueño o meta.

Es muy fácil enamorarse de algo que uno le dedica tantas horas y esfuerzos, hay veces que uno se pierde entre lo que queremos realizar y lo que los consumidores nos dicen. Hemos enfrentado dicha disputa definiendo roles claves dentro de la empresa que logran separar las aguas en la toma de decisiones.

Si miro hacia atrás, le hubiese dado más horas hombre a la administración, ya que el hacerlo en la mitad del camino es mucho más complejo. Han sido varios los consejos importantes que hemos recibido, no obstante, uno de los más influyentes es el de tener fe en lo que uno hace y no dejarse desmotivar por los momentos difíciles. Es imposible que estos no ocurran y lo importante es mantenerse fuerte. Siempre hay más motivos del porque darse por vencido, que los que hay por seguir; sin creer en lo que uno hace es imposible llegar a la meta.

Resumir todo esto es muy difícil, pero la realidad es que al final del día los socios fundadores seguimos con la misma relación de cuando partimos, o quizás más fuerte, lo que hace que el venir a trabajar tenga siempre una motivación doble.

EQUIPO

AGUSTÍN GUILISATI



"EL COMPROMISO CON EL PROYECTO ES VITAL"

Agustín es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y participó del Intensive Business Program UCSD Extension en la University of California en San Diego.
El año 2012 crea Cabify Chile, una empresa de transporte Premium incorporando los más altos estándares de servicio. Su funcionamiento a través de una aplicación para celulares y web para empresas la alza como una empresa innovadora y de rápido crecimiento.

Para mí, el equipo es una de las cosas más importante en una empresa emprendedora o en fase de crecimiento. Tienen que estar todos motivados y remar para el mismo lado, son todos parte del trípode, cuando una pata está débil, se cae.

Si bien hay que dedicar mucho tiempo al equipo, en que estén contento y felices con el proyecto, es tiempo bien invertido. Es importante hacer cosas fuera de la oficina, extra programáticas, conoces otra cara de tu equipo y lo unes aún más.

En cuanto a los integrantes, hemos tenido suerte, estamos los dos originales y hemos ido creciendo y sumando más participantes con el paso del tiempo, el equipo es fundamental, ahí está el activo de tu compañía, puedes tener un buenísimo proyecto, pero sin el equipo adecuado no se efectuará.

Para la búsqueda de talentos no hay receta, o por lo menos, no la tenemos aún, para mí es muy importante la persona y conocer a cada uno cara a cara. En el papel sale información, pero no lo suficiente como para saber si estás frente a un talento. La motivación de cada uno es fundamental y que crean en el proyecto vital en este tipo de proyectos.

Los procesos de selección de entrada a la empresa son muy simples. Busco de primera fuente por el CV, según el cargo les pido que me traigan un pequeño ejercicio. Luego los entrevisto yo personalmente, en la primera visita hablamos relajado, les pregunto de su vida sus logros y que esperan en su futuro. Clave es ver si han probado el servicio, eso te demuestra real interés, luego revisamos el ejercicio y si todo va bien los llamo para una segunda entrevista con mi socio. Si pasan todo esto ya están contratados.

En cuanto al liderazgo, es un punto muy importante, porque generalmente todos los cargos tienen responsabilidad y manejan un equipo. Tenemos reuniones constantemente donde revisamos cifras y compartimos información para hacerlos partes del negocio. Creo que dando el ejemplo es la mejor manera de demostrar liderazgo y siendo consecuente con lo que dices.

Para motivar al equipo creo que es de vital importancia alinear estos a incentivos variables, todos nuestro equipo tiene una parte fija de sueldo y una variable que si desempeñan bien, puede ser mucho mayor que la parte fija.

Hoy en día somos 16 personas trabajando en el equipo y en este tiempo nos ocurrió una anécdota en que contratamos a una chica, que al parecer le explique mal de que se trataba lo que tenía que hacer y desapareció a los dos días, nunca más nos contestó el teléfono, fue muy extraño, quedamos plop!

Desde los inicios la idea primaria de negocio es la misma, sin embargo, hemos realizados muchas modificaciones, lo que es parte del emprendimiento. Tienes que estar dispuesto hacer cambios, en el camino pasan muchas cosas y la gracia es saber reaccionar y tomar decisiones rápidas, ser flexible y lo mejor de emprender, es que no hay decisiones burocráticas, teniendo la libertad de poder tomar más riesgo.

EQUIPO

MAURICIO VERA



“LA CORRESPONDENCIA DE CONFIANZA EN EL EQUIPO ES LA CLAVE”

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica. Siempre quiso emprender, por lo que el año 2010 comienza con TaxiGo, empresa de transporte de taxis ejecutivos. Enfocados en el servicio para empresas, entregan un transporte eficiente, seguro y amable con el medio ambiente. La flota de taxis eficientes de bajas emisiones son de los propios taxistas, financiados por TaxiGo, fomentando así el emprendimiento dentro del equipo.

Nuestro emprendimiento nace en abril del año 2010 siendo la idea primaria, la misma que ejecutamos hoy. Los socios tampoco han cambiado y respecto al equipo de trabajo en una primera etapa, por supuesto era menor, un grupo más pequeño, de los cuales se mantienen la mayoría.

Tenemos un equipo en la parte administrativa y de operaciones que se ha mantenido con nosotros desde el comienzo, luego tenemos un equipo en la operación del call center, el cual presenta mayor rotación, pero de todas formas tenemos un equipo consolidado.

Le otorgamos el mayor valor al compromiso y a una buena actitud, el tener ganas de aprender y, a que a la persona le guste lo que está haciendo, aportando al buen clima laboral. Muchas veces es difícil mantener un buen estado de ánimo en la empresa dadas las situaciones de estrés que se presentan, sobre todo en una empresa de servicios, donde das la cara al cliente constantemente. Una actitud proactiva, positiva y amable es la clave para nosotros, la buena energía.

En los procesos de selección los CV son el primer filtro, por lo general buscamos personas sobre 30 años, ya que en ellos encontramos mayor compromiso y la rotación es menor. Por lo general inquirimos personas que no hayan trabajado en el rubro, y así poder formarlas con nuestros métodos y prácticas, ya que no compartimos al 100% la forma de trabajo que presenta nuestro rubro, y con eso hemos podido estructurar nuestra ventaja competitiva.

El factor principal del proceso de selección es la entrevista personal con alguno de los socios de la empresa. Ambos socios estamos en el día a día de los servicios, lo que es positivo para todo el equipo ya que somos parte de él.

Las personas que han tomado puestos de jefaturas los hemos seleccionado desde nuestro mismo equipo, lo que da una señal de poder proyectarse en la empresa y, estamos muy pendientes de oír a cada colaborador, ellos tienen la facultad de emprender cambios dentro de la empresa si es que estos son positivos. No fiscalizamos mucho, si no que nos enfocamos en el resultado, creemos que entregar autonomía y confianza fortalece al equipo, mucho más que una fiscalización punzante.

En cuanto a competir y encantar a los talentos en el área de compensaciones en relación a un trabajo tradicional, los hacemos parte de los proyectos, además de los incentivos económicos variables, creemos que es importante dar autonomía, que de verdad puedan percibir el impacto de su esfuerzo dentro de la organización, y que este sea reconocido por todos, que se sientan emprendedores también, porque así es.

Es importante estar seguros de que estos talentos se encuentren en sintonía con el proyecto o la empresa, así también con el equipo, tiene que ser un espacio en el que quieran estar y nos ha pasado que lo demás se va dando solo.

Hoy en día nuestro equipo lo conforman 17 personas y 70 taxis asociados.

Y una anécdota que puedo compartir es que nuestro call center es 24/7, y teníamos una operadora que supuestamente sufría dolores de espalda muy fuertes, entonces nos pidió autorización para traer un sillón de espuma desde su casa y la autorizamos. Un día llegué de sorpresa a la oficina pasado las 00:00 horas y vi que este era un sillón-cama y, que ni siquiera lo ocupaba precisamente para dormir, sino que para pololiar con su compañero de turno. No sé si fue una buena contratación.

A modo de resumen, esta ha sido una experiencia en que creo que lo más importante respecto al éxito de la mayoría de las empresas y que debemos rescatar, es el equipo que la hace funcionar. Es muy importante para emprender el poder confiar plenamente en tu equipo, el confiar de que no se van a bajar del buque, de que están convencidos igual que tú de que esto va a funcionar, que los problemas se pueden solucionar y que no vamos a caer. Confiar en que nos protegemos unos a otros, y que todos estamos remando para el mismo lado.

Es importante fomentar la transparencia, eliminar las dudas que puedan generar suspicacias, así como también eliminar los estados de obviedad y tener las reglas claras. Para una persona que está emprendiendo es muy importante poder confiar, y que confíen en ti, porque esa confianza que te entrega tu equipo debe ser correspondida con dar lo mejor que uno tiene, y así uno puede sacar el aguante que se necesita para poder llevar a una empresa adelante. Claramente esa es para mi la clave.

EQUIPO

JEAN BOUDEGUER



“NO NOS GUSTA PICAR PIEDRAS, NOS GUSTA CONSTRUIR CATEDRALES”

Jean es fundador de Cumplo, un sistema alternativo de financiamiento que conecta, a través de una plataforma virtual, a personas y empresas que necesitan un crédito con una red de inversionistas a lo largo de Chile.
En esta “plaza virtual” se reúnen directamente los que quieren ahorrar con los que quieren pedir prestado, fijando ellos mismos las condiciones del crédito.
De esta manera, empresas y personas se endeudan a tasas que consideran convenientes y, a la vez, quienes invierten obtienen atractivos retornos de sus inversiones, aportando así a la construcción de una sociedad más justa.

El camino con Cumplo ha sido espectacular. Comenzamos el año 2011 y desde ahí, hasta hoy, hemos armado un tremendo equipo y hemos podido levantar una plataforma que nos enorgullece. Acabamos de cumplir tres años desde que lanzamos nuestro primer crédito y sobrepasamos los 20 mil millones de pesos transados, cerrando más de 750 créditos.

En un principio nuestros esfuerzos estuvieron puestos en créditos de consumo, que personas se conectaran para prestarse dinero entre sí y recibir los retornos de estas inversiones. Al poco andar, creamos el área de empresas, con créditos de capital de trabajo y créditos factura, sumando una nueva línea de negocios a Cumplo. Hoy el negocio de Pymes representa el 90% de nuestra operación. Además, hemos dedicado una importante cantidad de horas para innovar en nuestros procedimientos y productos.

En 1 año y medio pasamos de ser 4 personas a 25, todos trabajando en Co-Work. Somos un caso particular porque no es común que empresas tan grandes sigan en espacios de trabajo colaborativo, pero encontramos la forma de quedarnos un tiempo más. La gran ventaja de trabajar así es la interacción con otros emprendedores, encontrar feedback muy rápido y poder compartir nuevos conocimientos y enseñar lo que vamos aprendiendo en el camino. Creo que espacios de trabajo como Co-Work promueven el desarrollo de emprendedores de mejor calidad, más inquietos, más ambiciosos y con mayor apertura.

Cada persona que ha sido parte del equipo de Cumplo dejó su aporte. Hoy somos un equipo de 30 profesionales, pero deben ser unas 50 ó 60 personas las que han trabajado directamente, ya sea como empleados, accionistas, empresas externas, asesores o directores. A cada uno no sólo le ha tocado trabajar en lo suyo, sino que armar cada área y cada puesto. Cuando empiezas, los roles y responsabilidades cambian constantemente y las personas que entran en una empresa nueva saben esto y buscan estar en constante movimiento.

Es difícil combinar talento, energía y capacidad de adaptación a la incertidumbre. Algunos tienen mucho talento pero no se adaptan, algunos destacan más por la energía que tienen y por su capacidad de aprender y adaptarse. Creo que si una empresa tiene la combinación de estas personalidades, se pueden hacer grandes cosas. La energía para comenzar una empresa es impresionante y muy distinta a la energía que se usa para trabajar normalmente. A mí me gusta ofrecer Cumplo a las personas que entran a trabajar como un lugar para desarrollar al máximo sus talentos.

Para mí el liderazgo va de la mano de la visión de la empresa. Cumplo está construyendo un sistema alternativo de financiamiento que permita el desarrollo de una sociedad más justa. Todos somos importantes en construir esta visión. No nos gusta picar piedras, nos gusta construir catedrales.

Lo más atractivo de una empresa que recién comienza es la libertad y la responsabilidad. No es hacer lo que se pueda, es hacer todo lo que sea necesario para que las cosas ocurran. Si no somos nosotros los que marcamos la diferencia, no va a ser nadie. Es la oportunidad de ser fabuloso/a en lo que haces. Me gusta ver a Cumplo como una plataforma donde cada uno puede hacer lo que quiera, mientras lleve al máximo todos sus talentos. Eso genera pasión y compromiso con el trabajo que se hace, pero también una gran responsabilidad porque lo que cada uno hace aporta a construir la visión de la empresa.

Ya son tres años de construcción de Cumplo y hemos armado un equipo espectacular. Hemos tenido altos y bajos y hemos superado cada etapa con mucha valentía. Cumplo aún es una empresa pequeña pero tiene el espíritu para ser una empresa a nivel global. Para eso nos falta mucho, ¡pero energía nos sobra! ¡Larga vida a Cumplo!

FINANCIAMIENTO

FELIPE ZEGERS



"LA SOBERBIA ES EL PEOR ENEMIGO"

Felipe es Constructor Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile con más de 12 años de experiencia. MBA de la Universidad Adolfo Ibáñez, es Co–Fundador de Marketgreen, empresa dedicada a disminuir el impacto medioambiental de las campañas de marketing gráfico en grandes formatos. Esto a través de una plataforma que permite hacer un seguimiento a los elementos, donde también se mide la emisión de CO_2. El material de desecho se reutiliza en diferentes industrias tales como agro y construcción.

Felipe se unió al equipo de la Patagonia Sur en noviembre de 2013 convencido por la importante labor de conservación privada de tierras en la Patagonia chilena.

La idea de nuestra empresa nace en septiembre del año 2011 y, fue constituida en febrero del 2012. Con Mauro Seguí, con quien fundamos la empresa, inicialmente desarrollamos el esquema de la plataforma y el modelo de negocios, empezamos principalmente con ahorros de los socios, Mauro y yo, un aporte de mi mamá y después créditos de consumo.

A mediados del 2012 ya teníamos el modelo de negocios, un lindo power point y el MVP de la plataforma de tracking de la gráfica. En febrero de 2012 habíamos empezado a trabajar en Co-Work, donde conocí a uno de sus socios fundadores, quién me invito a contarle, junto a sus socios, nuestro modelo de negocios. Al poco tiempo nos contactaron con nuestro actual socio, que estaba en búsqueda de emprendimientos interesantes. Es uno de nuestros actuales socios, Diego Fleischmann, con quien después de revisar el modelo de negocios, y conocernos bien, compró el 20% de las acciones de la empresa.

Luego, iniciamos el proceso de marcha blanca donde tuvimos ventas en un principio lo que permitió validar lo que hasta ese minuto era el modelo de negocio teórico. Luego decidimos prepararnos y generar stock para luego comercializar mayores volúmenes. Lamentablemente en el minuto que iniciamos la segunda etapa de ventas, que estimábamos iban a ser de grandes volúmenes, esto no fue así y, fue aumentando a la misma tasa que en la primera etapa, pero lentamente. Fue en ese minuto, aproximadamente en Abril de 2013, cuando tuvimos que tomar decisiones ya que el flujo de caja se acababa.

El modelo de negocio tenía dos partes, uno el tracking de elementos de marketing gráfico y medición de impacto medioambiental por un lado y, el de reciclaje de telas de letreros publicitarios para transformarlo en material de la construcción, que daba hasta ese minuto el flujo de ingresos, pero tenía costos fijos altos para esa etapa de la empresa.

Iniciamos dos caminos. El primero iniciar la comercialización del proceso el tracking de elementos de marketing gráfico y medición de impacto medioambiental y que ese fuera el core de Marketgreen, y por otro lado, separamos el reciclaje de Telas PVC y que este tuviera otro foco de clientes, más atomizados pero que pagaban más por el producto.

Cambiamos los canales de venta de este último, el que pasó de ser B2B con grandes constructoras y empresas a ser B2C con canales de venta como De remate, una nueva página web y, un completo giro del cliente objetivo. Fueron muchos meses de incertidumbre, donde algunas semanas el negocio iba excelente, y otros todo lo contrario. Sin embargo, el servicio puro de Marketgreen empezó a tomar forma y tuvimos lo primeros clientes que compraron el servicio, ya que vieron la importancia de medir y luego disminuir el impacto de sus campañas de marketing. Es decir, un modelo de negocios era el reciclaje de telas de PVC (www.telapvc.cl) y el otro era el Marketing Grafico Sustentable (www.marketgreen.cl). Eran dos negocios distintos. Esto permitió definir claramente el modelo de negocios de Marketgreen, el que no solo estaba siendo probado, sino que tenía estabilidad y proyección internacional.

De esa forma, postulamos al Green Startup 2013, organizado por UDD Ventures y Fundación Chile. Fuimos uno de los 4 ganadores de entre cientos de proyectos que se presentaron. Eso nos dio acceso a un subsidio SSAF de más de CLP 60.000.000. Hoy ambas empresas están funcionando y con ventas que permiten estabilidad.

Sin lugar a dudas aunque uno crea que su emprendimiento va a ser distinto y no va a tener que pasar por el valle de la muerte, está equivocado y, ahí es cuando la soberbia es el peor enemigo. Humildad, perseverancia, honestidad siempre y rodearse de los mejores son el mejor consejo.

FINANCIAMIENTO

FERNANDA VICENTE



"EL FRACASO ES PARTE DEL ÉXITO"

Periodista de la Universidad Diego Portales, Licenciada en Estética y especialista en Marketing Communication and Tech Products and Services, de la University of California, Irvine. Fernanda es directora y fundadora de varias iniciativas, dentro de las que destacan Inittia, empresa enfocada a llevar la innovación latinoamericana al mercado y el Fondo Inittia, el primer Fondo de Inversión en Impacto; 101 Monkeys, plataforma de Crowdfunding para proyectos sociales e ID4 para dar solución de Branding Estratégico, Identidad, Comunicación y Modelo de Negocios a Emprendimientos de Alto Impacto.

Ex Miembro del directorio de la Asociación de Emprendedores de Chile Asech y Presidenta de Mujeres del Pacífico.

Los problemas son pan de cada día en emprendimiento, al partir uno tiene que enfrentarse con realidades como financiar tu idea, pasar todas las trabas burocráticas para formalizarse, encontrar los proveedores adecuados y pensar en generar una relación con ellos a largo plazo, generar las primeras ventas, ser capaz de adaptarse e iterar el producto o servicio de la mano de los clientes o cambiar radicalmente el modelo de negocio.

Algo difícil es saber determinar cuando hay que soltar ese sueño al que estamos aferrados para no ahogarnos con él. Creo con seguridad que en el 100 de los casos de éxito, ganaron con algo que era muy distinto a su idea original.

Otro gran problema es crecer en manera orgánica y sustentable, saber cuando endeudarse para crecer, aprender a contratar al equipo indicado, saber manejar a tu recurso humano y alinearlo con los objetivos de tu empresa y nunca dejar del lado las ventas que es lo que nos da el oxígeno para seguir trabajando. No caer nunca en el mal de transformarse en emprendedores profesionales, esos que pasan de concurso de emprendimiento en concurso, pretendiendo vivir del fondo público o de la plata de inversionistas. Los recursos llegan solos cuando tienes una empresa sólida que tiene tracción y ventas. Apunten los cañones al mercado y no a generar grandes pitchs para levantar fondos.

Partí hace 15 años con la representación de una marca norteamericana, después cree Dealart, una oficina de venta de arte a domicilio, porque sentía que tener una franquicia no me aportaba nada más que ingresos, no tenía la posibilidad de crear. Después de vender mis partes de esas empresas tuve la oportunidad de vivir en Australia y ver la cosa desde afuera y al volver me empleé lo que fue un gran aporte en mi carrera porque me dio la oportunidad de conocer el mundo corporativo por dentro y aprender mucho de lo bueno y lo malo de ese mundo.

Salí de ahí para generar mi propia empresa de contenidos y fue una tremenda experiencia de aprendizaje desde trabajar con varios socios, desarrollo de área comercial, generar innovación en mercados muy poco innovadores y como enfrentar empresas en momentos de crisis económicas nacionales e internacionales. Luego, comencé otra empresa en plena crisis y fue muy bueno porque después de eso no quedaba nada más que crecer y así fue. Recomiendo mucho partir empresas en épocas de crisis, de a poco preparase para cuando venga el repunte y ya estar armado para aprovechar al máximo el boom.

En la bonanza uno puede darse más lujos y ahí vendimos y también pude tener el tiempo para generar emprendimiento que buscan el impacto social a gran escala. Ese es un gusto que siento puedo darme hoy, darle más tiempo para que maduren y que sin duda tendrán un alto rendimiento económico en el mediano y largo plazo.

Siempre he aplicado la alternativa de recursos propios o las 3 F, Family, Friends or Fools. Soy mala para el fondo público, creo que adormecen y da una falsa sensación de estar bien, nos quita sentido de urgencia. Además, uno termina trabajando para rendir al fondo público y no para generar un negocio sólido.

En cuanto al financiamiento con capital de riesgo, si bien es una buena alternativa, sobre todo por el concepto de smart money, hay un tremendo desconocimiento y se cree que es como la Polar, llegar y llevar lo que es absolutamente falso. No cualquier tipo de emprendimiento puede conseguir financiamiento por esta vía, de hecho son los menos. Para la mayoría, la mejor forma de financiarse es vendiendo y después con deuda. Hay que saber manejar la deuda, pero si uno es ordenado, tiene un negocio con potencial y el equipo correcto, es una buena alternativa. También una buena alternativa es sumar algún socio capitalista para la etapa de crecimiento.

En mi caso ha sido recursos propios, ventas, deuda y socios. No soy fan de pasarte el día pitcheando, dedícate a hacer un buen negocio que los fondos te vendrán a buscar. Tampoco promuevo el fondo público porque te anestesia, las 3 F son una gran opción y el crowdfunding me parece una gran alternativa.

Los comienzos, para mi gusto, son una de las etapas más entretenidas, muy creativas, con todo por hacer y con cero recursos. Las primeras ventas se disfrutan al máximo, con botella de champagne. En mi caso todo parte por encontrar a los socios adecuados, siempre tengo socios porque uno no puede crear una empresa global solo. De ahí vienen las miles de reuniones para darle forma al negocio y es aquí donde cuesta saltar a la etapa de ventas. He tenido muchas experiencias distintas y las mejores son las que a partir de un requerimiento de un cliente creamos una empresa. O sea partimos al revés, tenemos un cliente que está dispuesto a pagar por una solución que puedo darle, armo una propuesta y si funciona, creo la empresa, la formalización la dejo para el último.

Las experiencias más frustrantes han sido cuando hemos desarrollado productos muy innovadores y al salir a venderlo nos encontramos que al mercado no le hace sentido.

El fracaso es parte del éxito. No hay éxito sin fracaso, para mí caerse es parte del camino. Lloro, pataleo y sigo no más, no hay opción a quedarse tirado en el camino. Además, siempre de lo malo sale algo interesante.

PRODUCTO

DANIEL BUDNICK



"EL ALTO RIESGO DE INNOVAR"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica. Emprendedor en la industria de la nanotecnología, Gerente General y socio fundador de Nanogroup, empresa detrás del Safe Touch Project, proyecto que busca disminuir el contagio de enfermedades propagadas mediante el tacto.

Algunos de mis socios comenzaron a investigar sobre este proyecto hace 5 años, sin embargo comenzamos a realizarlo el 2013. Comenzamos con la idea de importar sellantes nanotecnológicos desde una empresa alemana y distribuirlos con el enfoque de facilitar la limpieza de todo tipo de superficies.

A medida de que fuimos haciendo nuestras primeras pruebas, nos dimos cuenta que los estándares de limpieza locales no permitían un correcto desempeño de nuestros sellantes, por lo que debimos adoptar otra estrategia.

Nos enfocamos en inventar un nuevo producto, usando la tecnología de nuestro aliado alemán. Desarrollamos un pequeño sticker antimicrobiano que disminuye la carga bacteriana en la superficie de objetos por más de un año. De esta forma, logramos crear un producto que disminuye el contagio de enfermedades simples como los resfríos en la vida cotidiana de los usuarios.

Actualmente estamos desarrollando una campaña global para lanzar el producto fuera de Chile, el de hoy, no tiene nada que ver con los planes originales que teníamos. Inicialmente la idea fue distribuir sellantes nanotecnológicos para facilitar la limpieza de superficies y si bien continuamos en ese negocio para algunas industrias, estamos lanzando The Safe Touch Project, un sticker que ayuda a que la gente no se contagie enfermedades.

Creamos nuestro producto actual gracias a la comprensión obtenida en las primeras aplicaciones nanotecnológicas que realizamos, un nuevo producto absolutamente original. No me imagino que hubiésemos podido llegar a esta nueva idea si no hubiésemos recorrido el camino que hicimos, independiente del costo y desgaste que implicó.

Creo que no consideramos ciertos parámetros desde el comienzo. Es por esto que nos encontramos en determinado momento con clientes que no tenían los procesos necesarios para valorar la incorporación de nuestros sellos nanotecnológicos.

Esto lo enfrentamos enfocándonos en las áreas en donde sí eran evidentes los beneficios que entregábamos, lo que también nos permitió enfocarnos en nuevos segmentos. Sin embargo, como estamos en una industria nueva con productos nuevos, todavía nos mantenemos en una fase de evolución.

Nuestro prototipo fue un sticker transparente aplicado con un bactericida adherido a este en una escala molecular. Actualmente tengo pegado el prototipo a mi computador y está funcionando perfectamente manteniéndolo libre de gérmenes.

Es una gran satisfacción ver realizada una idea, en especial si es algo completamente original que nunca antes fue realizado. Creo que la satisfacción está relacionada al riesgo que se corre al embarcarse en la concreción de una idea nueva.

El principal problema con que nos encontramos y continuamos enfrentando hasta estos momentos, es el alto riesgo que conlleva la creación de algo nuevo. Al ser algo desconocido para los consumidores, se debe superar la barrera a que efectivamente prueben el producto. En este caso, la necesidad es clara: evitar el contagio de enfermedades transmitidas por contacto. El desafío es lograr que el consumidor vea en tu producto nuevo una forma de satisfacer esa necesidad.

Toma riesgos, no se puede emprender viviendo enfocado en evitar el fracaso. Emprender implica arriesgarse a pesar de las posibilidades de fracasar.

PRODUCTO

IGNACIO CANALS



"LA MEJOR ESTRATEGIA PARA LA RETENCIÓN DE TALENTOS"

Ingeniero de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Se autodefine como emprendedor, geek, y amante de la vid al aire libre. Fundador de Lemontech, empresa especialista en desarrollo de proyectos informáticos basados en la web.

Lemontech nació en el año 2003, con cuatro compañeros de Ingeniería, sin experiencia en negocios pero muchas ganas de emprender. Al igual que muchos éramos una empresa de desarrollo vendiendo nuestras horas.

El 2007, poco después de egresar, tras una crisis del equipo nos separamos los socios originales, se refundó Lemontech y nos dedicamos a construir nuestros propios productos. Algunos años después, nos habíamos transformado en el principal proveedor de Software en la industria legal en América Latina, ya que teníamos una comunidad de varios miles de usuarios que pagaban mensualmente por ocupar nuestros servicios y participábamos de otros productos líderes regionales en la industria de la salud. Empleamos a más de 40 personas y crecemos sobre 50% anual venta de productos.

El camino entre medio no fue fácil y estuvo lleno de lecciones. Cuando partimos, éramos cuatro buenos amigos excitados con la experiencia de emprender. No teníamos una meta concreta más allá de sacar una empresa adelante.

Si bien la experiencia partió de la mejor manera, llegó un momento en que aparecieron roces entre los socios. No eran problemas de la capacidad del equipo, de hecho hoy en día les va muy bien a todos, sino más bien de la forma de trabajar, del estilo de cada uno, de las proyecciones, ambiciones, etc.

La amistad y la motivación que nos habían unido al principio, parecían no ser suficientes en esta etapa y tal cual una relación amorosa, se gatilló una crisis que terminó con la disolución del equipo original.

Mirando en perspectiva saco tres lecciones de lo que nos pasó a nosotros. La primera es entender que ser socio, como toda relación humana, está sujeta a clímax y a crisis. Existen momentos increíbles, pero con el tiempo todos cambiamos, nuestras prioridades evolucionan y, si no se da de manera alineada con los otros, pueden desembocar en desencuentros.

La segunda es la inexperiencia. De chico veía las situaciones en negro o en blanco. El tiempo te enseña a ver los grises que viven entre medio, en esa etapa, decidí que las únicas posibilidades eran comprar o vender. Hoy día creo que vería muchas otras salidas.

La tercera y más importante es que la elección de los socios, es probable que sea una de las variables más importantes en determinar el éxito del emprendimiento. Los socios no son amigos, familiares, ni personas que puedes contratar. Los socios deben de ser personas que aporten alguna virtud o algún rol que sientas es determinante para el éxito. Tienen que ser personas que admiras y tienes que entender muy bien por qué las quieres a tu lado. Así el día que exista alguna crisis, siempre podrás volver atrás y recordar exactamente por qué lo elegiste tu compañero de ruta.

Como dije inicialmente Lemontech partió como una empresa de desarrollo de software. Cuando estás en el negocio de vender horas, la base, aunque suene duro, consiste en comprar horas baratas y venderlas lo más caras que puedas. Esto genera incentivos perversos a tal punto que a veces puede ser más rentable contratar a alguien mediocre que a una súper estrella. Así en nuestra etapa inicial, si bien teníamos personas muy buenas en el equipo, contratábamos a algunos no tan buenos para apoyar con la pega sucia.

A la larga, nos dimos cuenta que los mejores de cada equipo terminaban saturados arreglando cosas que otro más mediocres habían dejado mal resueltas. Esto obviamente desmotivaba a los que llamábamos players A y cada vez se hacía más difícil retenerlos.

Un día, tomamos una decisión que fue probablemente de las más importantes en lograr el éxito de Lemontech, desde ese día en adelante sólo contrataríamos gente que encontrásemos excepcionalmente capaz. A los mejores les gusta compartir con los mejores y esa es quizás la mejor política de retención de talento que uno pueda tener. A quien no le gusta trabajar sólo con gente que admira y gente de la que tiene mucho que aprender.

Esta medida puede sonar obvia, pero la gran mayoría de las empresas no lo hace. Simplemente contratan a lo que está disponible en ese momento. Contratar a los mejores implica salir a buscarlos y ofrecerles algo que sea realmente atractivo. Y de nuevo, los mejores no están detrás del dinero, sino del ambiente desafiante donde más puedan crecer.

El software es de las pocas industrias en que un equipo de 5 personas de primera, pueden dar vueltas alrededor de otro equipo de 50. Adicional a eso implementamos varias medidas que la gente agradece, tal y como salir temprano los viernes, tarreos, concursos, dardos, etc. pero ninguna generó un efecto cercano a lo que fue juntar a los mejores con sus iguales.

PRODUCTO

GERMÁN RIMOLDI



"ESCUCHAR AL CLIENTE COMO PREMIZA"

Master Accounting de la Universidad de San Andrés (UDESA), con un BA, Bachelor in Business Administration en la Université de Montréal HEC Montréal. Fundador de Arriendas.cl, empresa de arriendo de autos entre particulares.

Comenzamos el año 2011, trabajando a resultados con un rent a car reconocido en Buenos Aires, ellos ponían los autos y nosotros generábamos la demanda para el arriendo horario. Arriendas.cl, fue una mejora posterior a ese formato, donde vimos que trabajar con autos de particulares nos permitía tener oferta en toda la ciudad, en lugar de una única oficina de un rent a car.

En cuanto a la progresión del producto, este ha ido evolucionando a medida que escuchamos a nuestros clientes, por ende hoy tenemos una opción a la tenencia del auto para la clase media y media baja.

Creo que la idea, de enamorarse del producto y no escuchar a los clientes, es algo que se repite mucho, pero resulta ser infundado, ya que la única forma de vender más mes a mes es escuchando al cliente. Nosotros escuchamos a los clientes cuando decidimos eliminar depósitos en garantía y pago con tarjetas de créditos. Si no los escuchábamos, quebrábamos.

Cuando se prueba una idea innovadora y esta funciona, se siente algo muy difícil de explicar. Es una realización, pero a su vez viene con miedos, porque uno no sabe cómo va a gestionar la nueva demanda. En el camino nos encontramos con muchas barreras, el mundo no está hecho para emprender, es difícil, pero es parte de la historia.

Arriendas es un sistema con muchas fricciones, el arrendatario llega tarde, el dueño se preocupa, hay que gestionar siniestros, asistencias en ruta, etc. Resolver esas fricciones con procesos es un desafío que intentamos a diario. No es fácil, pero nos gusta este camino.

Iniciar un negocio innovador en Chile, sin validación en el exterior dificulta conseguir capital en etapas tempranas. Los primeros meses, son de lo más complicados, dado que las ventas todavía son escasas y uno debe crecer sin inversión y sin comprometerse a pagar más de lo que ya se tiene.

Por ende, hay dos formas de crecer, la primera es recurrir a la creatividad, en nuestro caso fue la innovación de pago por transferencias y sin depósito en garantía que surgió en esa etapa y, la segunda que son las asociaciones con proveedores, donde por esos días, hicimos una asociación con Despegar.com para ofrecer nuestra flota en su sitio.

Por eso, uno de los mejores consejos sería que en lugar de dedicar el 100% del tiempo a buscar inversión, es más factible enfocarse en mejorar el negocio o buscar apoyo de terceros. Y como me recomendó el gran empresario de tecnología, Wenceslao Casares, y que me sirvió mucho durante esta etapa, “un emprendedor se mide por lo que hace cuando no tiene capital”.

PRODUCTO

PABLO ALBARRÁN



"LA SATISFACCIÓN MÁS ALLÁ DEL NEGOCIO"

Ingeniero Agrónomo de la Pontificia Universidad Católica. Socio fundador de Ecoterra Ltda. Producen y comercializan huevos de gallinas libres "free range" (a pastoreo) con trazabilidad en toda su cadena de producción. Asegurando su inocuidad y calidad. Enfocados en una producción natural, ética y de comercio justo.

La empresa nace a finales del año 2011, inicialmente con un negocio pequeño del cual me ocupaba junto a un trabajador agrícola, fueron un grupo de 1500 aves las cuales criamos y comenzamos a producir.

Cuando partimos el mercado no entendía nuestro concepto y teníamos que vender el huevo a precio de comoditie y, por ende, no había utilidad de ningún tipo, solo perdida. A medida fue pasando el tiempo, las tiendas gourmet y naturales comenzaron a creer en nosotros y junto a las ferias de especialidad comenzamos a penetrar el mercado.

Un año después del comienzo me atreví a duplicar el plantel y apuntar a un mayor segmento de mercado y justo cuando el segundo grupo de gallinas comenzó su postura de huevos, las panaderías Lo Saldes creyeron en nuestro proyecto y entramos a vender con ellos. Al mismo tiempo comenzamos a tener conversaciones con la cadena de supermercados de SMU (Unimarc) y seis meses más tarde, con algunos cambios en nuestros sistemas de calidad y trazabilidad, entramos a 3 salas del supermercado.

Luego de un año de trabajar con los supermercados y cerca de 35 tiendas de especialidad, nos llamaron del Hotel Ritz y nos convertimos en sus únicos proveedores de huevos, luego el Hyatt y varios restaurantes de moda como el Borago, Varanassi y el del Hotel Rugendas.

En ese mismo tiempo, decidimos duplicarnos nuevamente y llegamos a tener 9 mil aves en producción. Luego de llevar tres meses produciendo 6 mil huevos diarios apareció otra cadena de supermercados (Jumbo) y nos da la entrada a sus salas.

Hoy vendemos cerca de 250 mil huevos mensuales en 18 salas del Jumbo, 10 de Unimarc y en cerca de 70 otros puntos de venta donde los clientes nos ven como la única opción de consumo si de huevos se trata. En la empresa trabajamos 10 personas contratadas directamente y 8 indirectamente.

La verdad es que en estos cortos tres años la producción ha cambiado mucho, hemos transformado el packaging y formato para diferenciarnos de la competencia tradicional en varias ocasiones y hemos llegado a lugares que nunca habíamos esperado.

Yo estoy enamorado de mi producto y, más que eso, del proceso que cambia radicalmente los paradigmas establecidos de la manera de producir especialmente con los animales. Sin embargo, también hemos estado en constante contacto con nuestros consumidores, ya sea personalmente en ferias de especialidad, pero también por medio de las redes sociales y, esta comunicación nos ha permitido enfocar nuestro producto hacia el interés y gusto de nuestro segmento de mercado.

Este producto nació en una tesis de grado que realice con una compañera de la Universidad Católica para titularnos como Ingenieros Agrónomos y, en ese estudio entendimos la forma adecuada de producir y como comercializar el producto. Además, pudimos hacer un estudio de mercado y afirmar nuestra convicción de que el mercado estaba preparado para entender y valorar esta forma de producir.

Tuvimos varios problemas, especialmente de financiamiento. Este proyecto nació con un crédito del Banco con aval del estado, pero en los comienzos debido a que no vendíamos todo nuestro producto al precio esperado no se lograba alcanzar el punto de equilibrio. Ahí la vimos difícil, pero luego postulamos a Sercotec y nos ganamos un subsidio de 6 millones, lo que nos permitió seguir y finalmente la Fundación de la Innovación agraria nos aprobó un proyecto de 110 millones que nos permitirá expandirnos con el trabajo conjunto de pequeños productores agrícolas.

En cuanto a tecnología, en un comienzo hacíamos todo de manera manual y artesana, poco a poco hemos ido haciendo los proceso tanto productivos como de administración de manera automática y digital.

En el camino se van escuchando buenos y malos consejos, desde gente que cree que es la única manera de surgir hasta personas que no pueden entender que teniendo un título profesional que está bien valorado tú estés trabajando como contador y hasta despachador.

Sin duda, uno de los mejores consejos que me dieron, fue el de creer en mis convicciones y no buscar solo la retribución económica sino enamorarte y disfrutar de todo el proceso. Disfrutar el camino sin pensar en la meta, de esa manera el proceso de emprender se convierte en una aventura que aunque tenga un final exitoso o un fracaso rotundo trae consigo grandes enseñanzas y te permite ver la vida con otros ojos.

Mi experiencia como emprendedor y ahora como empresario ha sido espectacular. Han habido momentos muy malos, de gran frustración y cansancio, pero en cada pequeño paso que dábamos, mi equipo y yo, nos llenaba de optimismo y nos devolvía las fuerzas por seguir peleando por un proyecto que además de ser un negocio tiene una perspectiva social, ética y ambiental.

PRODUCTO

ROI AMSZYNOWSKI



"UNA INVITACIÓN A SALIR DE LA ZONA DE CONFORT"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Actualmente cursa un MBA en el MIT Sloan School of Management en Cambridge, EEUU, especializándose en innovación y emprendimiento. Socio Fundador de Senz Sushi & Nikkei, primera cadena de restaurantes Nikkei en Chile. A la fecha han inaugurado 2 locales en ubicaciones emblemáticas de Santiago y se encuentran ad portas de abrir un tercer local, con el que la empresa estima superar USD 5 millones en ventas al año.

En Agosto de 2011, todo nace como una idea lejana entre un grupo de amigos de 24 años con ganas de emprender, que poco a poco fue tomando forma hasta convertirse en un pequeño restaurante de comida Nikkei, fusión peruano-japonesa.

Los primeros meses fueron de mucho ensayo y error, ya que prácticamente no teníamos experiencia en el rubro y debimos lidiar con problemas que jamás previmos. Nuestra pasión y empuje por el negocio fueron los principales atributos que en mi opinión nos permitieron salir adelante.

Con el paso del tiempo, las cosas comenzaron a hacerse de manera profesional y logramos encantar a nuestros clientes para posicionarnos como uno de los mejores restaurantes en el barrio. El éxito e innovación del proyecto despertó la atención de Cencosud, quienes nos invitaron a participar en el principal centro comercial de Latino América, Costanera Center.

Los primeros meses fueron sumamente difíciles, entre otras cosas, pasamos de manejar un equipo de 30 personas a uno de 80, con un nivel de exigencia mayor impuesto tanto por nuestros clientes como por el centro comercial. Para afrontar el desafío generamos estructuras al interior de la empresa que nos permitieron seguir profesionalizando nuestro trabajo e imponernos metas más ambiciosas a futuro. Esto nos permitió operar el negocio adecuadamente y establecer una tasa de crecimiento anual superior al 30% por local, lo que re afirmo nuestra visión respecto al potencial negocio y nos impulsó a seguir creciendo.

Simultáneamente, nos percatamos que el éxito del negocio radica en una serie de factores que van más allá del producto en sí, lo que denominamos la "Experiencia Senz". La experiencia consiste en una serie de elementos que acompañan al producto y lo hacen único, tales como el ambiente, servicio, música de fondo, identidad de marca, arquitectura del local, aromas, etc. Con el paso del tiempo fuimos definiendo en detalle nuestra experiencia, lo que nos permitió ofrecer un producto holístico a nuestros clientes que va más allá de solamente la comida.

Si bien el emprendedor es quien tiene la visión del negocio, es importante satisfacer una necesidad a gusto del cliente y para eso es importante lograr un equilibrio entre lo que como emprendedores queremos hacer y lo que realmente se quiere consumir.

La hoja de ruta de un emprendimiento no se encuentra exenta de problemas. En nuestro caso el financiamiento fue un tema importante ya que cada local requiere de una inversión relevante para ser habilitado. Otra dificultad fue nuestra propia inexperiencia en el rubro, lo que nos llevó a aprender gran parte del negocio mediante prueba y error, lo que sin duda hizo el camino más difícil y por supuesto, costoso.

Problemas siempre existirán, mi principal recomendación es aprender lo máximo posible de ellos y recordar que absolutamente todo en el mundo de los negocios tiene solución, lo importante es mantener la mente abierta y no desesperarse al salir de nuestra zona de confort, al contrario, es en estos momentos cuando más se aprende y más creativos podemos ser.

En pocas palabras, emprender no tiene precio. Las situaciones a las que uno se enfrenta y la variedad de labores que se deben realizar cuando uno navega en un start-up no tienen comparación con cualquier otro trabajo. Ha sido una experiencia fenomenal y desafiante, que constantemente te empuja a sacar lo mejor de ti e innovar con el fin de generar valor para todos los stakeholders del negocio. Recomiendo a todos aquellos que tengan la curiosidad o intención de emprender, que lo hagan, el aprendizaje que esto conlleva es único y no hay nada más satisfactorio que ver los frutos de nuestro propio esfuerzo en acción. Ahora es el momento, no lo dejen pasar!

PRODUCTO

SEBASTIÁN CONCHA



"EL EMPRENDIMIENTO ES UNA MONTAÑA RUSA"

Ingeniero Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile con un MBA en Cambridge, con una extensa carrera en alimentos y bebidas, innovación y estrategias internacionales. Fundador de Naïf, infusiones sin alcohol a base de flores es el primer producto del tipo en el país y con enorme potencial de crecimiento.

El proceso empezó en Febrero del 2013, cuando tomé la decisión de dejar mi posición de Director de América Latina de una empresa especialista en innovación de productos de consumo y desarrollar de manera personal un área que consideraba que muy pocos se hacían cargo.

Desde el principio tuve clarísimo el problema a resolver, que era falta de alternativas para adultos en el segmento analcohólico, pero no tenía la menor idea cuál era el producto ni cómo hacerlo. Viajé por Europa y EEUU aprovechando mis contactos que tenía en la industria, validando la existencia del segmento pero aun sin claridad de qué sería. No fue hasta mi vuelta a Chile que la idea de infusiones en base a flores surgió. Fue realmente un momento "eureca" donde logré conectar que en distintos rincones del mundo se hacían bebidas en base a flores, pero nadie aun había creado una marca y un concepto entorno a eso.

Naïf ha evolucionado enormemente desde las primeras mezclas. De hecho, los primeros experimentos fueron realizados en la cocina de mi casa. Mucho ha cambiado desde esos tiempos y hay mucha gente que agradecer por ello. He contado con la asesoría de dos expertos en química de bebidas desde Inglaterra, el Centro de Aromas de la Universidad Católica y Cervecera Guayacán, quienes son socios estratégicos de Naïf. En conjunto hemos desarrollado decenas de mezclas y experimentos hasta llegar a la que hoy creemos que es la fórmula ideal de nuestras bebidas.

En todo este tiempo nos hemos tomado muy en serio el feedback de quienes prueban los productos. Antes de lanzarlo al mercado realizamos un profundo estudio en conjunto con la universidad Católica y apoyado por Co-Work, para recaudar impresiones sobre sabor, ocasiones de consumo, precio, etc. En los meses que llevamos operando seguimos muy atentos a los que nos dicen tanto locales como consumidores finales, teniendo muy claro que Naïf debe seguir evolucionando a la medida que escuchemos a quienes se interesan en él.

El desarrollo del producto fue muy "mateo". Esto nos tomó tiempo y dinero, pero creemos firmemente que fue clave para una innovación como ésta. Desde los primeros prototipos en cocina hasta versiones finales sin duda existieron cambios mayúsculos, pero siempre hemos sido fieles a nuestro principio de crear productos naturales y cuidando los detalles, ya sea para los primeros lotes de pocas botellas hasta las producciones significativamente mayores que poseemos hoy.

El emprendimiento es sin duda una montaña Rusa. Es algo que realmente se va construyendo día a día y los escenarios que uno ve en un mes son completamente diferentes a los del mes siguiente. ¿Cómo hacer una planta de producción de bebidas de flores? ¿De Dónde conseguir cientos de kilos de pétalos de hibisco o de rosa? Estas son un par de preguntas que no se resuelven tan fácil como con una búsqueda en Google. Pero posiblemente el desafío mayor es encontrar la motivación interna para seguir adelante. Los presupuestos son claramente finitos y con cada mes que pasa antes de salir al mercado la carga se siente más fuerte. Colegas comprometidos y el apoyo de la familia han sido fundamentales en este proceso.

Podría decir que la empresa partió a la inversa que muchos productos. Nosotros teníamos claro al mercado que queríamos llegar, Naïf es el resultado de esa búsqueda. Lo más sorprendente ha sido el apoyo que hemos recibido en el proceso, proveedores jugados, grandes talentos y socios estratégicos. Hemos logrado en un cortísimo tiempo poner en mercado un producto altamente innovador sin ningún par dentro del país. La recepción ha sido muy positiva y rápidamente hemos multiplicado el número de locales que tiene dentro de su propuesta Naïf. Vemos muy esperanzados cómo este crecimiento continúa.

VALLE DE LA MUERTE

TADASHI TAKAOKA CAQUEO



"ES MUY FÁCIL NUBLARSE EN EL CAMINO"

IIngeniero Civil Industrial y Magíster en Gestión de Operaciones de la Universidad de Chile. Sus áreas de especialización son innovación y emprendimiento. Su fuerte está en la estrategia de negocios, testeo rápido de modelos de negocios de innovación y total autonomía para obtener resultados de alto impacto con bajo uso de recursos.
Hoy se desempeña como Gerente General de Magical Startups.

Mi emprendimiento, Supermanket, comenzó el año 2012 y la idea del negocio fue siempre la misma, desde el principio, hasta el final. Un dating site que funcionaba como un supermercado, donde las mujeres eran las "clientas" y los hombres el "producto". En cuanto a la necesidad, esta nació de una versión de esta idea en Francia. Un portal llamado Adopte un mec, la traducción directa sería "Adopta un mino". Si bien era buena la idea, de que las mujeres fueran las que eligieran a los hombres, fue necesario adaptar la idea por temas de idiosincrasia chilena. Además, vimos estadísticas que daban luces de que el negocio hacía sentido, los dating sites habían crecido un 57% en el último año en USA, vendiendo US$1.040 Billones.

La idea general se fue transformando por temas particulares: Por ejemplo, sabíamos que en Chile estar en un sitio de citas es "mal visto" socialmente. Como si estar ahí determinara que no eres bueno socialmente. Así fue como entendimos que la propuesta debía ser más lúdica. Por eso, creamos el concepto de un supermercado con hombres como "productos", porque lo hacía más lúdico.

El modelo de negocios no lo pivoteamos la verdad, siempre fue un modelo de ingresos a través de "créditos" que te permitían hacer cosas especiales dentro de la página, como aparecer en una mejor posición o promocionarse como "producto".

Hicimos proyecciones para ver el tamaño del negocio y ver si valía la pena invertir tiempo en él. No hicimos un plan de negocios como se le conoce formalmente en la versión de libro, creo que es una pérdida de tiempo tomar decisiones al principio sobre qué dirección tomar al momento de internacionalizarse o incluso del tamaño del equipo, pues al partir una startup, no tienes certezas sobre el modelo de negocios.

El proyecto duró un año y medio, tuvimos una gran tracción, con más de 25.000 usuarios entre Chile, México, Colombia, Venezuela e incluso España y USA. Fue un acierto el tener un equipo de alta experiencia que hubiese pasado previamente por otros emprendimientos o gerencias de empresas. Donde sí fallamos fue que no tuvimos el coraje de hacer un modelo de ingresos que obligara a los usuarios a pagar si les gustaba el producto. El tema de créditos era opcional porque preferíamos privilegiar el crecimiento. No tiene ningún sentido hacer esto. Mejor tener 1.000 que paguen a 10.000 que no.

Mirando hacia atrás y pensando qué haría si tuviese que partir de nuevo, creo que no sacrificaría calidad y diseño por velocidad. No me malinterpreten, no se trata de que estemos un año esperando para lanzar el producto, pero sí que se defina lo mínimo necesario para que la experiencia del usuario sea memorable y trabajar muy duro en tener un producto con poco, pero de muy alta calidad. Creo también que antes a entregar productos gratis, cobraría ojalá desde el día 1 o al menos no dejaría pasar mucho tiempo antes de cobrar.

Esta experiencia fue clave, me ayudó a entender la innovación desde otro frente, desde la parte del emprendedor sin muchos recursos. Ya conocía la innovación en grandes compañías y esto me dio un cierre al círculo. Es primordial para cualquier persona que se quiera desarrollar en el frente estratégico/comercial el construir un producto y un modelo de negocios a través del emprendimiento, donde la única validación real es la compra del cliente.

Dejar Supermanket fue una decisión relativamente tranquila, pues al partir con el negocio definí un tiempo de 18 meses para tratar de sacarlo adelante. Me prometí no seguir si no había nada interesante porque es muy fácil nublarse en el camino. Esto me sirvió para tener un juicio objetivo sobre la viabilidad de continuar. Uno siempre piensa que el futuro será distinto, pero eso se puede convertir en una ilusión, empezando a pedir préstamos que no podremos pagar y matando la posibilidad de emprender nuevamente a futuro porque hicimos demasiado daño a nuestras cuentas. Es mejor definir todo en un inicio, cuando tenemos la cabeza fría.

PRODUCTO

CRISTÓBAL LLUGANY



"FINGE HASTA QUE LO HAGAS"

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica con especialización en marketing digital y estrategia de negocios en la red. Trabajó en el mundo corporativo por un año, para luego tomar un tiempo sabático y dar inicio a SaferTaxi, empresa de taxis a pedido vía geolocalización, dedicando gran parte de su tiempo en la actualidad. A sus 29 años se declara amante del fútbol, la tecnología y la innovación.

Safer Taxi Comienza en Julio del 2011, en las oficinas de StartUp Chile en calle Moneda, obviamente sin ningún taxi inscrito y preocupado de la parte legal, abrir cuenta en los bancos, constitución de la sociedad y todo tipo de papeleo necesario para comenzar un negocio. Al mismo tiempo ya se desarrollaban las primeras pantallas de la aplicación y se comenzaba a dar forma al producto. En esos momentos todo marchaba tranquilo; estábamos bien instalados, no había mucha presión de competidores y todo dependía de nosotros.

Luego, comienza la etapa de la verdad, llegan nuevos competidores, todos quieren ser los first movers del mercado y empieza una guerra basada en la tecnología, capacidad logística y obviamente plata. En esta etapa entra la relación con los taxistas básicos de Chile, ingrediente fundamental del negocio, donde no existía formula ni textos que predijeran el comportamiento de estos. Fue una etapa dura pero muy entretenida y desafiante, estábamos metiendo al mercado un producto que ni usuarios ni conductores conocían, era un cambio no solo de forma sino que de cultura respecto al transporte público.

Luego viene un hito en Chile que disparó al producto, la ley de tolerancia 0 al alcohol. Esta fue bien clara en el sentido de que ya no se puede tomar si se va a manejar, el problema es que no quedaron claras las alternativas que tenía la gente que quería salir a comer, bailar, conversar, etc. acompañado de un trago, que no son pocos en Chile.

El Metro cierra temprano, el Transantiago, no pasa mucho de noche, los radiotaxis no dan abasto o simplemente no contestan, el taxi básico no era conocido por lo rápido, cómodo, seguro, de echo en muchas partes tampoco era posible ubicarlos. Por lo anterior, SaferTaxi es muy bien recibido por el país completo, el Gobierno a través de la CONASET lo presenta como una gran alternativa al transporte nocturno.

Los ciudadanos descubren que sí es posible movilizarse de forma eficiente sin pagar de más, los taxistas básicos descubren un nuevo mundo de pasajeros y los expertos en urbanismo y progreso alaban el sistema por su eficiencia en descongestionar, descontaminar y maximizar el tiempo de las personas en la ciudad.

Todo esto sumado al momento que vivía Chile respecto a la penetración de smartphones, tendencias tecnológicas y que agarraba fuerza el concepto de Smart City, para mi gusto fueron los ingredientes claves para echar a andar un producto que si bien no es de vida o muerte, es indispensable en una ciudad inteligente.

Así comenzó la historia de SaferTaxi, un boom por la noche, como solución a un problema específico. Entró a la mente de las personas que luego dijeron; Bueno, y ¿por qué no ocuparlo también de día? lo cual es la idea original del producto, ocuparlo siempre, ya que en si es una mejora a la eficiencia del sistema de transporte completo, la tecnología le da un golpe a la industria del taxi, no solo cambiándola, si no que cambiándola por una mejor, más eficiente, más limpia, segura y más barata. Lo anterior da espacio para que ganen todos, pasajeros, taxistas, empresas como la nuestra, etc. Menos los radiotaxis, que se basan en un sistema de demanda y logística claramente menos eficiente que el de la geolocalización, por lo que tendieron a ser reemplazados alrededor del mundo.

Partimos de 0 taxis obviamente, luego pasamos a un piloto de 30 en Rotonda Atenas, donde para que tuvieran demanda y no se aburrieran de la aplicación teníamos pasajeros de incógnito, a quienes les pasábamos X pesos diarios para que estuvieran recorriendo ciertas zonas durante el día y la noche.

A medida que expandíamos la flota de taxistas soltábamos la aplicación a más pasajeros y así tratábamos de mantener la proporción, clave del negocio y por lejos lo más difícil, hasta que la cosa explotara. Una famosa frase del mundo del emprendimiento que describe muy bien nuestra forma de partir es Fake it until you make it, que traducido sería Finge hasta que lo hagas. Tal cual, hicimos evolucionar un mundo ficticio hasta que se convirtió en real. Luego evolucionó por su propio peso, el boca a boca de los usuarios generaba descargas y según mapas de calor, donde salían los pedidos, intentábamos agregar taxis en las zonas más calientes.

Respecto a si era parecido a como me imaginaba en un comienzo, sí. Tal vez no tan rápido ni en la escala que se dio pero la idea siempre estuvo clara y la visión era la misma, la verdad ya lo había visto en otros países y sabía que si lográbamos empezar luego se daba prácticamente solo ya que el producto tenía mucho sentido para todos.

De todas formas aún estamos muy lejos de lograr lo que me imagine en un comienzo, mi visión siempre ha sido el transporte público completo funcionando en base a geolocalización, es decir, todos los taxis, micros, Metro, TODO. Tal vez no sea SaferTaxi quien lo logre en el área de los taxis, pero creo firmemente que algún día la totalidad de la flota de taxis en Santiago, en este momento 26.000, estará conectada con alguna empresa como la nuestra.

El mejor consejo es uno que me dio Peter Gabriel, Dont give up, o no te rindas. Eso sí, cuidado a quien se lo dan, mira que probablemente fue el mismo que le dieron a Justin Bieber...